





Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115498362>

225



Lacking issues
Setting an objective
for Broadcasting
and the Cultural Expression
of Canada

Document No. 100-100-100
Produced by the CBC
in the Cultural Policy Review Committee

April 16, 1981

CPI
BC
-877

SOUT
PUBNS -
225



Setting an Objective for Broadcasting and the Cultural Expression of Canada

Statement by A.W. Johnson
President of the CBC
to the Cultural Policy Review Committee

April 14, 1981



Mr. Chairman, Mr. Co-Chairman, Members of the Applebaum-Hébert Committee: May I say to you how pleased I am to be here this morning . . . pleased because your Committee has been created to review federal cultural policies and programs; and pleased because we in the CBC have this occasion to talk to you about broadcasting and the cultural expressions of Canada.

Since we, at the CBC, sent you our written brief I've spent some time reflecting on why we as Canadians have chosen this moment in our history to take stock of our national priorities, and of where Canada's cultural expressions fit into those national priorities.

We have been through, and are continuing to pass through, a number of traumas having to do with our nationhood . . . the Quebec referendum, the debate over the patriation of Canada's constitution, and the dispute over how the costs and the benefits of provincial energy resources should be shared between the residents of producing provinces and the people of Canada as a whole. And in all these debates the preoccupations of governments have been with the institutions which lie at the heart of nationhood . . . the constitution, the powers of governments and legislatures, the institutions of the economy, the mechanisms by which the benefits and costs of nationhood might be distributed among Canadians. But precious little has been said about the people of Canada, and how they come to know and to understand and to appreciate one another . . . a phenomenon which is surely more fundamental to nationhood than all the institutional changes in the world. At least in the longer run. And governments have got to be persuaded of the dangers of ignoring this more human aspect of nationhood.

When all is said and done, I think we're here this morning, Members of the Committee, because this is what we all believe: that the existence of a society, of a nation, depends upon much more than territorial boundaries, and common institutions, and a single economic market, and the hardware of transportation and communications. Important as these may be. We're here because we believe that the existence of a nation depends equally — most of us would say even more — upon more human, less tangible things. It depends upon the members of that society knowing themselves and their common experience; knowing their shared values and perceptions and perspectives; knowing their achievements, their mythology, their history. Above all, the existence of a society depends upon its members knowing and understanding and valuing one another. And the ultimate way of achieving this — especially in a country whose peoples and particularities are separated by such distance and space — is through the communication of cultural expressions of different kinds. That's how, indeed, we as a people do see one another and share one another's experiences — through story and song, through theatre and sports, through symphony and country dance, through film and documentary, through the electronic exchange of celebrations and special occasions.

This fundamental belief is, I think, what brings the CBC and your Committee into the same room this morning. We on the CBC side, of course, are here as professional broadcasters. We're here because we believe that broadcasting plays such an utterly fundamental role in Canadian cultural expression. Broadcasting, as we said in our written submission, is the most powerful means by which modern nations and peoples share a common experience, learn about their national identity, learn about their culture, learn about themselves. But it's more than that, of course. There is a truly symbiotic relationship between broadcasting and culture. The two are inextricably bound

together and as President of the CBC I acknowledge the absolute dependence of the CBC, and indeed of all broadcasters who produce or procure Canadian programs, on the resources of our cultural community. To put it bluntly the CBC couldn't exist, couldn't come close to discharging its mandate, without a continuing creative partnership with writers and performers and musicians and producers and filmmakers all across Canada. Where would our all too infrequent television operas come from if we didn't have access to the Edmonton Opera Association's production of *Manon*, or the National Arts Centre's *Cendrillon* or the Canadian Opera Company's *Riel*? How Canadian would the serious programs in our radio schedule be if we were denied the services of a succession of orchestras from Halifax to Vancouver? The partnership is everywhere — in plays like *La Sagouine* or *Paper Wheat* which leap from stage to television, in the wonderfully successful adaptation of Peter Newman's *Canadian Establishment* into an award-winning television series, in variety specials with Robert Charlebois or Burton Cummings or Anne Murray or Donald Lautrec.

Now turn the coin over for a moment. Look at your theatre program, at the section where they give a short biography of the actors and see how many of them boast a CBC credit, not just the Jean Duceppes or the Gerard Parkes's but the younger, lesser known performers. Look at your concert program and see how often that concert is being broadcast, and the musicians paid, by the CBC, not infrequently playing music commissioned by the CBC. Talk to the animation artists at Nelvana Films, to writers like Brian Barney and Jay Telfer and Pierre Gauvreau, to producers like Michael Spivak and Bill MacAdam. Broadcasting isn't a vacuum; it both reflects and helps create the vigour of the cultural and artistic community, and as the health of that community flourishes, so does the richness of the radio and television programming which the CBC can offer.

I think we're here today, Mr. Chairman and Members of the Committee, because we share these common understandings. We understand what the Massey Report meant when it said, "Canadian achievement in every field depends mainly on the quality of the Canadian mind and spirit", and went on to say that, "This quality is determined by what Canadians think, and think about; by the books they read, the pictures they see and the programs they hear". All of this has been recognized, of course, time and time again. The link between culture, broadcasting and national identity is enshrined in the general scope of the Broadcasting Act and in the Act's mandate for the CBC. But as we said in our written brief to you, the reality of Canadian broadcasting simply does not reflect the high principles expressed.

In a very important sense we really do not have a Canadian broadcasting system today. We have a radio system which is Canadian; we have a French-language television system which is Canadian, or substantially so. But we have an English-language television system which is substantially American. And if we are serious at all about examining federal cultural policy, we have to ask ourselves: what brought about this cultural colonialism on English-language television? And are we prepared to tolerate it any longer? For we can have Canadian literature, and Canadian theatre, and Canadian painting, and Canadian crafts — but if our television is not Canadian, we will have undone much of what we have tried to do to foster a sense of Canada through Canadian cultural expressions. And we will have failed to link together the rich regional expressions of Canadianism . . . which are so much a part of that Canadianism. Such is the power of television.

As we pointed out, this failure to keep our television Canadian is partly the consequence of the size of our country; of our small market places; of Canada's proximity to the United States; and of the structure of the broadcasting industry. But I have to say, with some sadness, that it is due as well to the failure of governments to recognize the power of television and radio to bring Canadians together . . . to enable them to experience together the life of Canada, its mythology, its values and traditions, the richness of its past and present.

This failure on the part of governments to recognize the importance of television in the reinforcement of the Canadian identity is to be seen on more than one front, I'm afraid. There is the failure of government to fulfill its undertaking to provide to the CBC a real five percent increase in its annual budgets — for the specific purpose of increasing the amount and the exposure of Canadian programming. There is the failure on the part of the government and the CRTC, at least until now, to develop a plan for increasing the choice in Canadian television programs across the whole television spectrum — including the private television stations and networks. And there is the failure, as well, to enable the other cultural agencies of the federal government, and through them the performing arts groups and individual artists and writers and performers to do more than keep pace with inflation. Which affects not only Canada's theatres and opera companies and symphonies, not only individual writers and performers and directors, but which affects broadcasting as well.

I sometimes wonder whether this is our fault: that we haven't done enough to persuade Canadians at large, and through them the people who decide on public priorities, that the priority being accorded to the arts and to

cultural expressions simply isn't high enough. Perhaps we should launch the slick lobbies which are now à la mode, and become more strident in our affirmations that the Canadian identity depends, in the final analysis, upon Canada's cultural expressions.

Personally, I think not. What we must do, it seems to me, is what we do best in pursuing our common cause — to persuade governments, . . . all of us, the artists, the performers, the filmmakers, the Canada Council, the CBC, the other cultural companies and agencies . . . and you the Applebaum-Hébert Committee. To persuade Canada's decision makers that public investment in cultural and artistic pursuits is quite simply a sine qua non of our continued and harmonious existence as a nation. And to attempt once again to persuade them that radio and television are the most powerful and pervasive vehicles which exist for Canadian cultural expression.

This seems so obvious, perhaps, as not to require repetition, or reaffirmation. Yet all the evidence suggests at the very least an insensitivity, at the worst an indifference, on the part of the governments to the power of television. How else does one explain the fact that English-language television has been allowed to become Americanized? That two-thirds of all programs on English-language television are foreign? That 96 percent of all drama available on English-language television is foreign? And on French-language television 88 percent? That 74 percent of the viewing time spent viewing English TV is spent watching foreign programs? And 83 percent of the viewing time of English-Canadian children? And a startling 47 percent of the viewing time of French-Canadian children.

It seems to me clear, given this evidence, that government will have to be reminded — perhaps even persuaded — that radio and television are vitally important to cultural expression. That Canadians spend a very large proportion of their leisure time watching television and listening to radio — an average of 23 hours per week per person watching television, and an average of 19 hours per week listening to radio. And government needs to be reminded, too, of the number of theatre seats and symphony concert seats, and yes, of sports seats which are filled by television and radio. That, for example, the seven dramas shown during the first week of CBC's 1981 English television schedule attracted a total of 10 million viewers — filled 10 million "seats". That, for example, the téléromans on CBC's French-language television attracted an average of nine and one-half million total viewers per week last TV season.

But persuading governments of the central importance of broadcasting to cultural expression will not be enough. We need to go further. We need to get government to commit itself to a series of specific cultural objectives — in effect, a kind of charter for cultural expression in Canada.

Now it's not for the CBC alone to fashion such a charter. But I would like to propose to you, as advisor to the government, one single and simple objective for broadcasting which I think the government should accept. And one single simple goal to realize this objective.

The objective which I propose to the Government of Canada is this: to patriate Canadian television audiences to Canadian programs.

To lend point to this objective, to give it real meaning, I am advocating, further, that a specific target should be set by the Government of Canada, each five years, for increasing the percentage of Canadian programming available on television. This is the only way we'll meet this objective. As I have said, only 33 percent of programming available to English-speaking Canadians is in fact Canadian-produced. For French-Canadians the percentage is a reasonably healthy 64 percent. The obvious objective for the television system as a whole would be that a minimum of 50 percent of all programming available in English-speaking Canada should be Canadian, and that the present healthy 64 percent of Canadian programming in French-speaking Canada should be maintained — or better still increased to two-thirds.

But meeting this target on English-language television would require, over five years, a 60 percent increase in Canadian program production, and the establishment of new Canadian networks in both the public and private sectors in order to provide the additional air time required.

Too ambitious a target to be realized in five years, I fear! So we in the CBC have come up with a more modest, and realistic short-term target. It is this:

That the percentage of Canadian programming available on English-language television in Canada should be increased from 33 to 40 percent over the next five years. To achieve this, Canadian programming available in prime time (7:00 — 11:00 p.m.) would, at the very least, have to be increased from its present 23 percent — yes that's what it is today, only 23 percent — to 40 percent.

On the French-language side, the percentage of Canadian programming available should be maintained at no less than its present level of 64 percent, and this programming should be made available across the country, augmented by more local and regional productions.

Modest targets, indeed, you might say! And I would agree: how could any self-respecting country settle for only 40 percent of its television programming being indigenous? But the achievement of this target for English-speaking Canada would be an enormous achievement. In French-language television, we're not in bad shape.

The big thing will be to bring the Government of Canada to accept the target. That's the first and fundamental step. From there everything else follows. And we in the CBC hope that you in this Committee, along with the CBC, will be able to persuade the government to adopt such a target. When I put it this way, I'm not necessarily predicting difficulty: indeed, you have the great good fortune to be advising a Minister who has already publicly committed himself to the Canadianization of television in this country. But it remains that a specific target like this is required if government is to be brought to accord a proper and continuing priority to the reflection of the Canadian identity on television. Something it simply has not done over the past five years.

As I say, once having adopted that target, everything flows from there. The first task is to assign the responsibility for meeting these targets between the CBC and private broadcasters — that is to say, on the English side to raise the percentage of Canadian programming available in prime time by 17 percentage points from 23 percent to 40 percent.

The CBC should, in our judgment, be assigned the major responsibility for meeting this target — indeed about 80 percent of the responsibility. This would be achieved by the CBC fulfilling its Touchstone plans over the next five years:

- By replacing in each of the five years one-half hour per week of the U.S. programming now being shown in prime time; and
- By establishing in 1982 the second prime time television service it has proposed, CBC-2.

Starting CBC-2 would increase the amount of Canadian television program choice available to Canadians from 23 percent to somewhere between 30 and 33 percent — depending upon the number of subscribers and viewers of cable systems capable of carrying CBC-2. The increases in Canadian programming on the basic CBC television service would increase the proportion of Canadian programming available by another three percentage points — bringing Canadian programming to between 33 and 36 percent of total television programming available.

The private broadcasters would, under this plan, be responsible for realizing about 20 percent of the target . . . that is to say, for increasing the proportion of Canadian programming available in prime time by 5 percent. This would be achieved by them replacing, over the five-year period, seven half-hours per week of U.S. programming.

On the French-language side, the establishment by the CBC of Télé-2 should more than ensure that current levels of Canadian programming would be sustained. And the CBC would, under its Touchstone plans, continue with the development of local and regional programming, and continue with its plans to broaden the reflection of Canada on its television services. The private French-language television service, TVA, would, it is expected, be made available across Canada, on cable, early in the five-year period proposed.

Let me say something more about these targets. The CBC proposes them as a means for patriating Canadian audiences to Canadian programs. But if the increases in Canadian programs made available are to have this result, they must be of a particular quality and kind. We in the CBC have not forgotten that.

First the fact that the additional programs would have to be made available between 7:00 and 11:00 p.m., when audiences are at their highest, would force Canadian broadcasters to put on high quality Canadian programs. Otherwise the audiences would migrate to the American channels now so widely available. And tend to stay there.

Secondly, the kind of Canadian programs offered would have to meet audience demand. And that means primarily drama — family drama, more serious drama, films, adventure drama — with increases, likely, in entertainment programming. In saying this I remind you that 68 percent of the viewing time of Canadians is spent watching drama during prime time on English-language networks, and 55 percent on French-language networks. What is more, this is where the record of Canadian broadcasting is at its most dismal: 96 percent of all drama on English-language television is foreign, and 88 percent on the French-language TV.

Thirdly, we will have to remember, particularly in the CBC, that a reasonable part of this increase in Canadian programs made available must be regional and local programs for regional and local consumption. To do otherwise would be to fail to meet our mandate; to ignore the importance of Canada's regional identities; and to miss the opportunity of using and developing regional talent. But we will have to remember, at the same time, that the cost of doing regional programs can be ten times or more that of producing or procuring one program for full network. And we will have to take this into account in developing a financial plan for the financing of these targets.

Finally, a word about the cable industry. It, too, in the CBC's judgment, should make a contribution to the realization of those targets. What we propose, as the cable industry's contribution over the five-year period, is the restructuring of their delivery systems to provide a "tiered" service.

The first tier, or basic service, would be offered at very low cost (or no cost) and would carry Canadian services including our own CBC networks and the private networks and stations. The second tier would carry American networks for which a charge would be made. In effect the second tier would be offered on the "pay for service" principle, and built into the monthly fee would be a levy which would be used for the support of Canadian production. The third tier would carry Pay-Television services which would be structured in such a way as to contribute the maximum benefit to Canadian program production.

This then, is the first half of the blueprint which the CBC proposes for the patriation of Canadian television audiences to Canadian programs. There must, I

quickly add, be advances in Canadian radio, as well as television. And there will be, so far as I'm concerned as President of the CBC. The achievement of excellence, of international recognition as the world's best — which CBC Radio can boast — should be rewarded, not punished, when budgets are set. Having said that, it remains that the real crisis in Canadian broadcasting — the erosion of Canadianism on television — must be met, or the whole broadcasting system will be eroded with it.

The other half of the blueprint has to do with whether Canada will in the future import more American channels — by satellite-to-cable or satellite-to-home — and thus undo what is done to increase the choice in Canadian TV programs, and the proportion of such programs available on the screen.

What the future portends is difficult to foretell — particularly since both technological and political forces are at play. The Minister of Communications has publicly made it clear that he intends to enforce the international agreement, and Canadian regulations, which make it illegal to install an unlicensed earth receiving dish to receive signals from U.S. satellites . . . starting in the areas where there already exists a substantial choice in television services. So the probability of offsetting an increase in Canadian programming by a further importation of U.S. programming seems not to be imminent.

Looking down the road, however, much will depend upon the rapidity with which Canadian television services are made available to underserved areas by satellite — thus offsetting a demand for U.S. services. Much will depend, too, upon the rapidity with which additional specialized services such as a Pay-Movie channel, CBC-2, a children's channel, and a sports channel are made

available across Canada . . . to offset any demand for such American services. Much will depend, too, upon whether Canadian entrepreneurs are allowed to profit from the importation of new U.S. channels, or whether they will be required to contribute any such profits to the production of Canadian programming. And a great deal will depend upon what technological changes are introduced in the future.

It is too early, in short, to speculate about whether or when a second wave of U.S. programming might appear on Canadian television screens. But one thing is sure, so far as the CBC is concerned. Most Canadians already have more choice in U.S. television than most Americans do, and the further importation of U.S. channels is simply not warranted. If we want to retain even a remotely Canadian television system — or if we want to keep down the price of countering every new U.S. channel with a new Canadian channel, then the importation of further U.S. services must be resisted. The ultimate logic, of course, if the Government of Canada accepts the target the CBC has suggested, is either that the further importation of additional U.S. services should continue to be limited, as today, or that any new U.S. channels should be required, through subscription fees, to contribute as much as is needed to produce enough additional Canadian programs to offset the additional U.S. programs imported.

It will take courage and ingenuity, in short, for Canada to retain its cultural sovereignty, and to patriate its television audiences to Canadian programs! But I do not see how the Government of Canada can accept less than a target of 40 percent of English-language television programs being Canadian, in five years.

Which brings me, of course, to the question of how these targets for increasing Canadian program choice on television might be financed. It is not for the CBC to present a detailed financial plan for the whole Canadian television system. Nor is this the appropriate forum for doing so. It is for the Government of Canada to prepare a financial plan, and for the Parliament of Canada to discuss it. But I would like to give one or two indications as to the thinking of the CBC's Board of Directors. First, we know that the realization of the CBC's contribution to the targets we have proposed would cost between \$30 and \$40 million a year — in 1981 dollars. And we know, further, that had the CBC received the budgetary increases the government had promised over the past five fiscal years, we would already have realized the lion's share of the CBC's part of the targets we have proposed. So the CBC's targets are not unrealistic.

Secondly, it would have to be determined whether commercial revenues, both network and local, including future affiliate contributions to CTV and TVA, would be sufficient to finance the private broadcasters' share of the targets we have proposed. If they were not, then the question would undoubtedly be raised as to whether the CBC should retire from some of its commercial activities in favour of private television — with the government, of course, being called upon to make up the difference, in the interest of increasing the Canadian programming scheduled by the private broadcasters. The CBC, of course, would be quite prepared to make this change.

Thirdly, it seems clear to the CBC that additional sources of revenue will be needed to finance the realization of these targets for the patriation of Canadian TV audiences to Canadian programs. And the CBC has already

proposed one such new revenue source: that the profits from Pay-Television should all be funnelled into the production of Canadian programming — for the Pay-TV channel itself, and for programs for Canada's national networks — the CBC, English and French, CTV and TVA. And we have told CRTC how that could be done. Today we have proposed another source of revenue, of which we have only spoken generally before: namely the conversion of U.S. channels into user-pay channels, with the proceeds going into the production of Canadian dramas and movies, plus probably some entertainment programming, for national television exposure. We think the government should look very seriously at this potential revenue source.

But I don't want to plunge the Committee into the details of this blueprint for Canadian television. For detail is not what is needed: what is required is commitment — commitment by the government to the objective of Canadianizing television in this country. And commitment to the very modest targets the CBC has proposed for the realization of this objective: namely that in five years 40 percent of all English-language television programs available in prime time should be Canadian, and that French-language television should continue to be no less than roughly two-thirds Canadian.

If you on this Committee, Messrs. Applebaum and Hébert, were able to persuade the Government of Canada to embrace this commitment, then the face of television in this country, and the reflection on it of Canadian cultural expressions, would have been transformed. Or would have begun to be transformed. And so would the cultural community, which would be creating the

additional Canadian programs which would be shown on television, have been transformed. No other recommendation you might make, may I make so bold as to say, would have such a profound impact upon the creative community of this country, and upon the sense of Canadianism shared by individual citizens of this country.

CAI
BC
-S 77



A Statement by Pierre Juneau
President of the CBC
October 18, 1982



Canadian
Broadcasting
Corporation

Société
Radio
Canada

The CBC has been asked by the Prime Minister to give him access to three periods of 15 minutes on the "national broadcasting service" to address the people of Canada about "the serious international and national economic problems facing the country at this time".

Let me say at the outset that the only reason for addressing myself to the press today is because the CBC's integrity and my own personal integrity have been called into question. I feel obliged to explain the reasons for my decision and to respond to the doubts which have been expressed about the CBC's integrity and the political independence of my own office.

Before responding to this request I checked the CBC policy carefully. I found that a policy had been discussed and approved by the Board of Directors of the CBC in October, 1978 after consultation and agreement with the three federal parties. This policy says: "The Prime Minister of Canada has occasional access to air time to raise issues of exceptional national importance in order to inform the public or to seek its co-operation".

The policy is quite categorical and leaves very little room for interpretation. The Prime Minister of the day "has occasional access to air time to raise issues of exceptional national importance..."

The Prime Minister does not have regular, periodic, systematic access to air time. But he has occasional access. That access is granted for the purpose of raising issues of exceptional national importance.

As to the Opposition, its "right of reply is automatic" and "time must be offered in comparable format and at a comparable and mutually agreed time". We have immediately offered the Opposition leaders time to reply and have offered them our co-operation.

Ironically, there was some surprise expressed because we had answered the request rapidly. I say ironically because we thought that any delay in answering the request shortened the notice to the Opposition.

Moreover, I have written to the Principal Secretary of the Prime Minister and expressed the following opinion: "...to ensure that, in this instance as in all other instances, the policy of the Corporation results in equitable treatment of all parties, I believe that it is important that the Leader of the Opposition and the Leader of the New Democratic Party be enabled to make their contribution to the debate immediately following each appearance by the Prime Minister if they so choose. This would involve their being given access to the Prime Minister's text, under strict security provisions, perhaps similar to a budget lockup, sufficiently far in advance of each telecast for them to prepare a meaningful response, in English and in French".

We agreed to the request of the Prime Minister because there is no basis in the policy for refusing this request. To put this matter in perspective, it should be made clear that since 1973 there have been only five requests for time, the last one in 1978. Thus, this is the first request in more than four years. It is true that the Prime Minister has asked to speak on three occasions this week, each for 15 minutes. While such a request may be unusual, and indeed unprecedented, I cannot see how it could be stated to be contrary to the policy of the Corporation as written and approved by the Board of Directors before my appointment.

There is another phrase in the policy that requires consideration, namely that access to air time must be "to raise issues of exceptional national importance". Nothing is said here about announcing new policies or initiatives. Access must be "granted to raise issues of exceptional national importance". The Prime Minister's request "to address the people of Canada about the serious international and national economic problems facing the country at this time" can reasonably be interpreted to meet that criterion.

One may totally disagree with the manner in which this issue may be dealt with by a particular elected official but it is impossible not to agree that it is, as described in the policy "an issue of exceptional national importance".

Neither Mr. Clark nor Mr. Broadbent has suggested that the announced topic is not "of exceptional national importance".

References have been made to the integrity of the Corporation -- that the decision made might jeopardize this integrity. This would be the case if the Corporation, in matters of this kind, did not scrupulously adhere to its policy but instead based its decision every time an occasion arises on a subjective judgment of the intentions of the Prime Minister or the intentions of the leaders of the Opposition parties, or on the currents of political opinion.

It seems that almost every one of these requests over the years has caused some controversy. That is why the CBC, as late as June of this year, has attempted to get a consensus from the political parties in the House of Commons on a more precise set of rules -- more precise rules, perhaps more constraining rules -- so that the Corporation would not be drawn into the political controversies like the present one where its integrity is, unfortunately, likely to be brought into question by the Opposition or by the governing party.

The contention of the representatives of the CBC was that, as in the case of the BBC, access should be automatic but that the number of occasions in a given year would be limited and the Opposition should automatically be granted equal time. In spite of the efforts of my predecessor, Mr. Johnson, this attempt failed.

I repeat that I have based my decision precisely on the existing policy of the CBC. I suggest that this can be demonstrated by an unbiased and careful reading of this policy and of the facts. To have made the decision otherwise, that is, if the decision had not been based on the policy and the facts but on other factors -- for instance, on how my motives might be interpreted or on the fear that my personal integrity might be attacked -- would have been quite improper.

National broadcasting organizations like the CBC are often criticized by Government leaders or by Opposition leaders or by various groups of citizens. It is well known that the CBC itself and its Presidents have frequently been criticized by the representatives of the present Government for alleged partiality towards political views other than their own. I have no intention of accepting such criticisms if and when I find them unfounded or unfair.

Conversely, I have no intention of running away when -- as in the present case -- I encounter what I must describe as unfounded and unfair criticism. I am, however, perfectly prepared to accept and to act on legitimate criticisms which will inevitably arise from the CBC's broad range of activities.

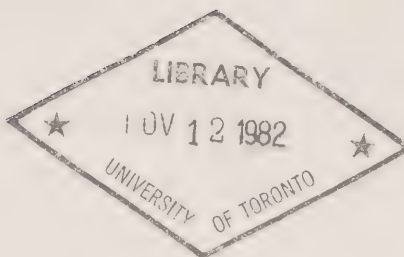
When I accepted my present position I sensed that the fact that I had been briefly connected with the party that is presently in power might at some time be used as a criterion to explain a decision or as ammunition to attack that decision and attack my integrity. However, I was confident -- and the reaction to my appointment supported that confidence -- that a record of some 40 years of work in all parts of the country, with many sections of its population, in both voluntary organizations and the public service, would outweigh the one year during which I had a political party association.

Part of this record of public service was in a position of quasi-judicial responsibility in which I thought I had demonstrated a disposition for making decisions on the basis of facts and merit and not on partisan considerations.

I can only feel deeply sorry that in the heat of the present discussion this is pushed aside. I am also surprised at the easiness with which my critics have chosen this technique to aim at my integrity and my credibility. This is my first test. It's not an easy one. There will undoubtedly be others. And they will probably not all come from the same direction.

I am confident that a careful look at the record will provide a more valid basis of support for my motives than the present accusations. I am also confident that a cool and non-partisan look at the facts of the present case will sustain confidence in my integrity and that of the Canadian Broadcasting Corporation.

CA1
BC
S77



Making Canadians Visible

Speech by Pierre Juneau
President of the CBC

October 30, 1982

Conference on
Visible Minorities and the Media

Information Centre
Head Office, Ottawa

Speaking here today is a special pleasure for me. To begin with, this is the first speaking engagement I have accepted since becoming President of the Canadian Broadcasting Corporation only three months ago. The occasion, moreover, provides me with an opportunity to share with you some of my thoughts on the relationship between the federal multiculturalism policy and broadcasting policy - as well as on the specific subject of this conference.

I hope that today I can enlist your support for what I regard as one of the major missions of my presidency -- helping to make Canadians visible to one another. This is a goal which, I am sure, we all share. We all want Canadians to hear and see Canada as it really is.

This latter sentiment is much more than a mere cliché. We Canadians cannot expect to see a true reflection of ourselves on our broadcasting system and its allied technologies until there is truly a Canadian system. By this I mean not only as the Broadcasting Act says, "effectively owned and controlled by Canadians so as to safeguard, enrich and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada," but also a system whose programming is created in Canada, by Canadians, and for Canadians. This is not the case now. The question then is: how can we reflect the multicultural dimension of this country, or for that matter any other dimension, unless we can see the country itself?

Speaking for myself, I want you to know that I feel a deep sense of personal attachment to the federal multiculturalism policy announced in October 1971. As Vice-Chairman of the Board of Broadcast Governors from 1966 to 1968 and as Chairman of its successor agency, the Canadian Radio-Television Commission (now the Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission) from 1968 to 1975 I followed closely the very important developments in multicultural broadcasting that took place during those years, beginning even before the Laurendeau-Dunton Commission presented the fourth volume of its report. The licensing of radio stations specifically to reflect Canada's multicultural nature was a good beginning. The use of cable television channels to the same purpose was even more auspicious. The recent licensing of a multicultural television channel in this city of Toronto and of a multicultural pay-television operation in British Columbia are further indications of the federal authorities' continuing concern.

This type of broadcasting has, as you know, established even firmer foundations since the time of my own work at the BBG and the CRTC. I believed then as I do now, that the diverse nature of this culturally rich country of ours is one of the principal resources we have to draw upon in the continuing struggle to establish a predominantly Canadian presence on the Canadian broadcasting system. Later, as Under Secretary of State, from 1979 to 1980, I had occasion to observe at close hand the work of the dedicated and competent group of public servants in the Multiculturalism Directorate. They serve Canadians well, a fact you must know even better than I.

Today, I speak to you as President of the Canadian Broadcasting Corporation, another of the federal agencies which, within the context of its other mandates, is charged with implementation of the multiculturalism policy. I want you to know that the commitments made by my predecessors in this regard will be actively pursued during my term of office. These include: a commitment to providing to Canadians an accurate portrayal of multicultural Canada, in both programming and in advertising; a commitment to building and maintaining a CBC whose personnel also reflects our country's cultural makeup; a commitment to developing forms of local and regional consultation, so that the Corporation can have the benefit of the public's evaluation of its record.

Such measures will surely lead to a picture of Canada's multiethnic and multicultural reality, a crucial feature of our national identities. My immediate predecessor put it well in his 1977 statement, Touchstone for the CBC, "It is through awareness, a cultivation and a joy in our many identities that we Canadians forge our national unity."

Over the last ten years the CBC has, I think, established a creditable record for reflecting the cultural diversity of Canada in both its radio and television programming, in both information and entertainment areas. Its record is a good one, full of solid achievements. One can always do better of course. Both English and French services, both radio and television, could work more diligently towards attracting Canadians of all backgrounds, by giving them a true reflection of Canadian society.

It is, however, not very useful to try to play a "numbers game" when assessing this record. So when I think of the Corporation's record in multicultural programming, I tend not to think of the sheer number of hours -- although that figure is certainly very substantial -- but instead, of specific production successes. I think of "Identities", the regular radio series on the English network, which celebrates Canada's cultural diversity on a weekly basis, or of its French-language equivalent, Ils sont des nôtres. I think also of "The Newcomers /Les arrivants", a mini-series which played on both English and French networks. These shows, which used both documentary and dramatic techniques, traced the contributions of several of Canada's ethnic groups, including the British, French, Italian and Danish. I think too of last year's special telecast, "All for One", of the celebrations marking the tenth anniversary of the Multiculturalism policy. I think of the "King of Kensington", one of this country's better efforts at dramatic comedy. I could speak also of the ways in which the cultural diversity of Canada has been displayed on "Les beaux dimanches", "Femmes d'aujourd'hui", "Les coqueluches" and other past and present programmes produced by the French Services division. Or of the new radio programme, "Musique des nations", hosted by that distinguished Canadian, Alain Stanké, who has brought his multiple talents for broadcasting, publishing, business and public service to his adopted land.

I think, too, of the "Beachcombers", the most popular Canadian-produced and longest-running dramatic series on English-language television. This program is of interest to the matters we are discussing here today, because of the way it displays Canada's ethnic and cultural diversity in an entirely natural way that is neither forced nor self-conscious. So far as I can determine, there was no special effort needed to ensure that this happened. It just happened, because that is the way that Canada is. In short, I think it is an example of the way the cultural diversity of Canada flows naturally and freely into the Corporation's own productions. If there is a weakness in our schedule, it arises from the unfortunate reliance, especially in English-language television, on imported productions. I shall return to this point, because I believe it to be the biggest obstacle to putting on Canadian television screens a true reflection of our country.

The goal of having a broadcasting system which reflects the true cultural richness of Canadian life, a goal which we all share, must be to allow all Canadians the opportunity to hear and see Canadian life as it really is, to become conscious of the diverse reality of their country.

Earlier I spoke of the futility of trying to talk about these matters in strictly statistical terms -- the "numbers game". I want to discuss now another kind of numbers game, one which I equally oppose. We sometimes hear the argument made that because visible minorities constitute only a small fraction of the Canadian population, they should receive only a proportionately small share of broadcast attention. Both programmers and advertisers have to be able to respond alertly and responsibly to social issues. We have to admit that even in so tolerant a "peaceable kingdom" (to use Ramsay Cook's apt description) as Canada there are sometimes unfortunate manifestations of prejudice, bigotry, and intolerance of differences. Broadcasters, advertisers and, indeed, all Canadians have to ask themselves: what can I do to make Canada into an even more civilized society than it already is? What can all of us do to help ourselves, and our fellow Canadians, to realize, to celebrate and to rejoice in the diverse nature of our common country. This is a cause to which we all should be happy to lend our support. It is not, I think, a matter on which anybody can remain morally or ethically neutral.

Is it a valid excuse to say that the purpose of programming is "to entertain and inform" or that the purpose of advertising is "to move merchandise", and that neither can have the aim of constructive social change? Broadcasters have long realized that what they put on the airwaves can have a social impact. Similarly, advertisers have long accepted a measure of responsibility for what they put on the airwaves. For example, the tobacco companies voluntarily withdrew from television advertising. For several years now, all advertisers have exercised special care and caution with respect to advertising directed to children. (The CBC itself accepts no such advertising.) More recently, Canadian advertisers have evolved, in concert with the CRTC and other bodies, a code which is intended to eliminate sexual stereotyping in advertising, and thus to reduce it in society at large. Why could not the elimination of ethnic and racial prejudice be another goal for broadcast programming but also for advertising?

Even as we articulate and pursue the goal of racial and ethnic equality, we must be careful about raising expectations of what can be achieved over and above what really can be achieved.

Since its introduction, television has been thought to be a great force for social change. The belief that television has such powers has many foundations, not the least of which is the intuitive evidence of common sense. For the average North American, watching television is the third most important activity, if importance is measured by the amount of time spent at it. Only work and sleep take up more time. Radio and television are clearly decisive forces in our national life. Even so, I think there is some danger of exaggerating the ability of the broadcast media to bring about immediate social change.

I have a suspicion, moreover, that the power of the mass media to alter human behavior and opinions is perhaps less than it once was. People carry around with them much more intellectual baggage than they used to. They now have many more sources of information and evaluate the messages they receive with more scepticism. Furthermore, audiences are now much more practiced than formerly at processing the information they get from the media, at interpreting what they see and hear. I cannot accept the glib view that the broadcast media only reflect what is, and cannot change society. But neither do I find myself in the camp of those who hold exaggerated views about the power of the media to bring about change overnight. These considerations are, I think, important to the subject at hand. It has been my experience that it is precisely when expectations are unrealistically high that disillusion sets in and efforts are abandoned. I would not like this to happen to this particular effort.

The effort should, I think, have a different orientation in different programming formats. In broadcasting, three principal formats require three distinct strategies. The forms I refer to are (1) news and public affairs; (2) advertising; and (3) drama, by which I mean to include soap operas, situation comedies and feature films of all types.

Because the CBC is quite possibly the most important news gathering organization in this country, and because the CBC is publicly financed, it has to take itself very seriously in the matter of maintaining balance in news coverage. The Corporation must tread a careful path between its own institutional commitment to presenting a balanced view of Canada and the equally important commitment to professional integrity on the part of the hundreds of journalists it employs. We are assisted in this balancing act by an alert and attentive public. And the CBC should not wait for comment to come to it, by the way. It should actively seek it out. We have recently initiated a series of regional public forums - essentially, ad hoc consultative councils. These, which always include a strong representation from ethnic organizations, have proved to be a source of much useful information and comments. The reports from these forums are widely circulated within the Corporation to both administrative and production executives, making sure that public views on a wide range of issues are made available to policy-makers within the Corporation.

The Board of Directors of the Corporation last June approved as its own policy a formal codification of journalistic policy guidelines. This policy states in part that "Ill advised use of stereotypes tends to reinforce prejudices, and constitutes an assault on the dignity of the individual". Those responsible for program content, it asserts, "should refrain from indiscriminate portrayal of detrimental stereotypes". Moreover, on-air broadcasters are advised not only to "present persons as individuals, but also challenge stereotypes when these may be introduced uncritically by other participants".

Guidelines of this sort are, I believe, entirely appropriate for any journalistic enterprise, especially one operated by a publicly-owned broadcasting corporation. I, of course, endorse them and urge all the journalists in the Corporation's employ to study them carefully. Even so, I must say that I believe that the very best guarantee of a balanced presentation of information programming, in which no racial or ethnic group finds itself slurred, ultimately lies not mainly in policy pronouncements. The best guarantee rests instead in the ethics, skills and integrity of journalistic professionals.

The matter of advertising - which of course is one of the main subjects of this meeting -- raises some different questions. From its beginning, the CBC has had rather strict rules about which types of advertising it would accept and which it would not. The most recent edition of the Corporation's commercial acceptance policy reiterates the Corporation's long-standing insistence that advertising carried by its stations and networks does not unfairly represent, through stereotypes, any individual on account of race, ethnic group or accent.

It is perhaps not widely realized by the general public -- although I am sure it is by all in this room -- that television commercials are an important source of income for many of our most talented performing artists. Opportunities for obtaining this sort of work should not be denied to individuals because of skin color or ethnic origin. The recent federal government initiatives to open up opportunities in advertising for Canadian actors and models of all backgrounds are commendable as are the similar efforts of some of the provincial governments. Their actions should be an example to other Canadian advertisers.

Of course, much of the advertising that Canadians see and hear is of foreign origin. Advertising created wholly in the United States reaches Canadian eyes and ears directly through U.S. television channels received in Canada. But a certain proportion of the commercial messages on Canadian television channels is also wholly or partially of U.S. origin. Moreover, for a number of reasons, most of them having to do with the advertising policies of multinational corporations and the spillover into Canada of so much U.S. advertising, the per capita expenditure on television advertising in Canada is only half what it is in the United States.

This is an unfortunate situation which denies employment opportunities to Canadian writers, composers and performers, whatever their origin.

My remarks about the foreign presence in Canadian advertising apply with even more force when it comes to dramatic programming. Earlier I spoke of some of the factors which, I think, limit the capacity of even so powerful a medium as television to effect social change. For Canadian broadcasting in particular, there is no limiting factor more important than the excessive reliance of Canadian television on imported entertainment programming. Canadian television has done well, even excelled, in news and public affairs and in sports broadcasting. But in production and exhibition of Canadian entertainment programming the record of Canadian television is not encouraging.

Put simply, the source of most of the problems with Canadian television lies in the discrepancy which exists between our highly sophisticated delivery system and our capacity to provide the kind of programming that will allow Canadians to see other Canadians.

Two thirds of all English-language television programming available to Canadians is of foreign origin. In the peak viewing period of 7 to 11 p.m., more than three-quarters of the programs available are of foreign origin, accounting for more than 80 per cent of all viewing time. Children's viewing is even more heavily centred on foreign programs. The situation is somewhat better, for understandable reasons, with French-language television. However, even there about 40 per cent of viewing time is given over to foreign programming.

You will note that I am referring in this context to all programming -- public affairs, sports, talk shows, drama and so forth. It is in drama, however, that the Canadian presence is particularly weak. Only 4 per cent of the drama available on English-language television is produced in Canada, using Canadian creative resources. It accounts for only 3 per cent of viewing time devoted to drama programs. This represents a terrible waste of the creative talent which is found in our country in such abundance, and is a loss to Canadian audiences. It is true that the CBC has a better record of producing television drama than the privately-owned broadcasters. The overwhelming majority of Canadian-produced drama originates with the CBC. But even its attempts have been insufficient.

The reasons for this lamentable situation are embedded in the economics of Canadian broadcasting. It is much, much cheaper to buy a program from abroad than it is to produce one in Canada. A rough rule of thumb is that the Canadian rights to a foreign program can be purchased for about one-tenth of the cost of producing a similar dramatic program of equal quality. Another complication arises from the further fact that the market in which Canadian buyers of Hollywood's products must operate is, for all practical purposes, dominated by the sellers, not by foreign buyers such as ourselves.

Although Canada is the single most lucrative foreign market for the products of Burbank and Television City, virtually all U.S. television programs are written and produced with only the gigantic U.S. market in mind. This is the fundamental reason why the entertainment programming of Canadian television channels so often seems to be an inaccurate reflection of the Canadian cultural reality.

This imbalance between the availability of Canadian programming and that of imported productions is probably going to become even more unfavourable, possibly even much more so. The swift advance of various video technologies is likely to further impair our ability to construct a broadcasting system whose programming gives a true picture of Canada. The net effect of this technological advance will be to expand the range of choice of television entertainment available to Canadians. Most of those new choices will be of foreign origin.

The delivery of broadcast signals by satellite, combined with cable systems of greatly expanded channel capacity, will allow a much wider range of television services. Within five years -- at the outside -- we may well see the presence of direct broadcast satellites whose signals will be receivable by "dishes" inexpensive enough -- less than the cost of a color television set -- to be purchased by most Canadian households. Other of the new electronic gadgetry, such as video cassette recorders and videodisc players, will surely accelerate the trend to greater choice and even more audience fragmentation. Taken together, these developments could swamp the already tiny amount of Canadian drama production in yet another, greater, tidal wave of non-Canadian entertainment programming.

To maintain and expand the Canadian presence on Canadian television screens -- to make Canadians visible to one another -- will require an imaginative and determined effort involving all of us. As I said before, I have long regarded our country's multicultural nature as one of the key resources we have to so maintain and expand the Canadian presence. I think that the success of multiculturalism policy and the success of Canadian broadcasting policy are indissolubly linked. They should support one another. To the extent that I can influence either one, I will work towards ensuring that they are in fact mutually supportive. When domestic audiences have more opportunities to choose Canadian programs, they will naturally see a truer picture of the Canadian reality. Of this I am certain.

Working towards that common goal is an enterprise which can and should engage the energies of us all.



Public Broadcasting and Commercial Policy

Notes for an address by Pierre Juneau
President of the CBC

November 4, 1982

Association of Canadian Advertisers
Toronto

Information Centre
Head Office, Ottawa

Almost immediately after my appointment to the CBC, I was invited to meet with your Board of Directors and asked many questions concerning my views on CBC commercial policies. I was also invited to speak at this meeting.

Both invitations were the first I received after my appointment. Obviously the ACA is not bored with the CBC. Indeed you seem to be a very alert part of our audience. The fact is that together we handle a pretty important business: some 160 million dollars a year. By Canadian standards this is certainly not a small business.

The CBC and the advertising industry have had a relationship for some 40 years: first in radio, then in television. It is well known that we don't deal together in the field of radio anymore. But in television we do. Ours then is a professional relationship. You find that CBC television can serve your purpose; the CBC considers advertising can assist it in the fulfilment of its mandate.

Like in any professional relationship, personal feelings of respect and friendship can develop and, of course, they do. This has been the case in my own personal experience.

But basically, as I said, we have a professional, business relationship. Indeed, we each have a job to do. We have objectives of our own to fulfill. Therefore, we have to determine in a business-like way how we can work together: on the one hand, we have to determine the extent to which we can and should help you do your job. On the other hand, you have to determine whether the CBC is a good medium for you and how you can help us do our job.

Some of you may feel, at least at first sight, that your only preoccupation should be: is the CBC a good medium? I point out, however, that if you need the CBC — and I think you do, not only as Canadians but as advertisers — then it is legitimate to ask yourself: how can I help the CBC do its job?

I suppose any new President of the CBC represents a question mark for your membership. Perhaps I was a bigger question mark. Perhaps even an exclamation mark preceded by a few expletives!

It is a fact that as a member and, indeed, chairman of the CRTC, I have expressed some views concerning CBC programming policy and advertising. I must say that I don't feel uncomfortable today as to the relationship between my views when I was a member of the CRTC and my position now as President of the CBC.

First of all the CRTC did not, as was sometimes said, recommend eliminating commercials on CBC television. It did endorse the CBC decision to eliminate — or almost eliminate — commercials on radio. As far as television is concerned, it recommended eliminating “as many as possible of the excesses and undesirable effects of commercials on (CBC) television service”. I thought then, and I think now, that this is a valid point of view.

Let us look briefly at the process that was involved. The role of the CRTC is to interpret the broad principles of the Broadcasting Act and to establish objectives. The role of the President of the CBC is to manage and to find ways to implement objectives, taking into account practical constraints. The Act has very wisely established a procedure to deal with the problems that may arise from time to time, when objectives set by the CRTC may present difficult or impossible implementation obstacles for the CBC.

This procedure dictates that there be consultation between the two organizations and, if necessary, arbitration and ultimately decision by the Minister and Cabinet. If this process had been followed in 1974, it would have led the Government into discussions involving the CBC and the CRTC concerning the appropriate balance between the Government subsidy to the CBC and CBC commercial revenue; discussion also, concerning the constraints which the need to maintain a certain level of commercial revenue imposes upon the fulfilment of the CBC mandate.

Unfortunately, this dialogue did not take place. So therefore the question is still open, and indeed, still requires attention.

However, I am now President of the CBC. My responsibility with my colleagues on the Board and in the management of the CBC, is to manage the Corporation in the light of its mandate and taking into account the constraints of the present times. Certainly we must develop clear objectives and long term policies or strategies. But setting imaginative and generous plans that did not take account of economic reality, and were not accompanied by practical methods of implementation, would be bad management.

At this point in our discussion it might be useful to clarify what are the problems people usually refer to when they express concerns regarding advertising on television. Some refer to the number of interruptions, particularly in certain types of programs. Some object to the advertising of certain kinds of products — personal hygiene products, for example. Some object to advocacy advertising. Some object to the fact that ads may be addressed to children.

I don't intend to discuss these particular matters today. There will be other occasions better suited to a discussion of our commercial acceptance code, or whether or not to allow commercials in certain types of programs. As to the number of interruptions, it's up to us to determine the appropriate balance between commercial minutes and program content in various types of programming. I do say, however, that as long as we stay in the business of selling advertising we should take that business very seriously and be as professional as anybody else at it. This principle, in my view, should apply to any CBC activity in the business field.

There does remain a fundamental issue: is there a basic contradiction between the mandate of the CBC and the carrying of any advertising on CBC television? Some people think so. In other words, some people object fundamentally to advertising and even more so on the "national broadcasting service." Some don't object fundamentally to advertising per se but think advertising is incompatible with the CBC mandate. They conclude, therefore, that the CBC should abandon all advertising activity.

I do not agree with this view and this is, no doubt, a good occasion to explain my reasons.

First of all, advertising is part of our economic and political system. It is accepted by our legislators at all levels: by Parliament, by Provincial Legislatures. Moreover, there is nothing in the Broadcasting Act which precludes the CBC from selling time for advertising purposes.

Therefore, I fail to see why the CBC should, on its own, adopt a rigid, doctrinaire policy on supposedly philosophical grounds.

Second, it seems clear that the advertising community thinks that CBC television is performing a service which it needs. On the other hand, while the CBC must not compete unfairly with the private broadcasters, our presence as a competitor is considered as very useful. Moreover, I have yet to meet a competent and objective broadcaster or advertising expert who thinks that if the CBC got out of advertising the full amount that the CBC collects in advertising revenue would automatically flow to the private sector. Some transfer might happen in local revenues. But the total transfer would probably be very far from the \$163 million which represents the CBC's anticipated gross commercial revenue for 1982-1983, by which I mean our total revenue before taking account of agency commissions and payments to our affiliates.

Third, some advertisers have provided funds over the years that not only paid for the air time, but also made possible the production of individual programs. We remain interested in finding new sources for funding programs. Examples of this in the recent past have been Shell, Imperial Oil and Alcan, and this year, Labatt's has joined the group.

Fourth, there is no doubt that commercial revenue is the glue that has held together the mix of CBC and affiliated private stations over the past decades. Even though some formula might be found to support affiliates in other ways, I think many would prefer to think of themselves as self-sufficient local businessmen, rather than accepting Government support.

Fifth, it's unlikely that the CBC could televise hockey, football and baseball without coming to terms with the advertisers that hold the rights.

Finally, an important factor: commercial revenues represent additional revenues. A CBC entirely dependent on only one source of funds is perhaps less free than a CBC that retains some discretionary income, even if it is only a part of its annual resource needs. But moreover, the sudden withdrawal of \$90 million from the \$320 million budget of English television and a \$35 million withdrawal from the \$175 million dollar budget of French television would represent very serious surgery.

I think I have made clear that my position is not a doctrinaire one. I take it that yours is not either. That is certainly not the impression I got when I met the Board of ACA. My assumption is that you, as advertisers, are prepared to acknowledge that the CBC has a cultural and social mandate that is clearly set out in the Broadcasting Act — a mandate which is, equally, clearly centered on Canadian programming. Since our relationship is, and should be, a professional one based on well understood mutual interests, I would not do my job, and I would not deal with you honestly, if I did not point to some important facts and to some real problems and concerns we have.

We receive some \$125 million net from our commercial sales — \$90 million of that is related to our English television operations. It is a lot of money. It represents more than 25 per cent of our budget for English television. However, it is much less than the almost \$750 million which is our total allotment from Parliament for 1982-1983.

As I said, it is important that we consider and understand each other's position if we are to remain, as I think we should, good partners. If the view becomes general that the television mandate of the CBC has been largely eroded, then it is the CBC's existence that is jeopardized. Erosion in nature is a slow phenomenon. It proceeds almost imperceptibly but inexorably. When the damages become obvious it takes an enormous effort to re-establish a healthy situation.

As mentioned before, I start from the basis that the advertising industry believes, from its point of view, that the CBC is an indispensable part of the Canadian broadcasting scene.

From the point of view of Canadian broadcasting policy, I think the CBC will remain indispensable only if it offers a type of programming that is distinct from what is offered by private Canadian broadcasters and by American broadcasters. That means a program service with a strong emphasis on Canadian programming in prime time. I have always believed, moreover, that only the CBC can provide a very distinctive broadcasting service. That is why it was created, that is why it is described in a special part of the Broadcasting Act as "the national broadcasting service."

In radio, and also in television news, public affairs and sports, the CBC has succeeded in providing a service of great quality, a service that is original and distinct. In television, and particularly in English television, it has not been able to achieve the same success in the field of general entertainment, drama and children's programs.

I have no intention of blaming the advertising community for this state of affairs. Provided advertisers and their agencies are disposed to buy Canadian programs on their merit, I don't think we should have anything to quarrel about. By merit, I refer of course to your terms of reference, namely programs which individually, or in the aggregate, reach the type of audience you want to reach. I do have a problem with advertising strategies based on an underlying bias in favour of U.S. programs — without regard to merit.

Let me emphasize another very basic point. I don't think that the CBC should become a network for a small minority.

It was never conceived as a marginal service, starting from a small minority base and trying to carve a place for itself in a very crowded market place. From the beginning, CBC television has always been at the centre of Canadian broadcasting, catering to as large a spectrum of Canadians as possible. It is my view that it is important for the CBC not to lose this position.

I don't mean that CBC television should aim, every quarter-hour, for the largest possible audience. I do think, however, that our television service should remain in touch with the broadest cross-section of the Canadian population.

I believe this goal can be achieved with Canadian programs. I don't mean that the CBC should schedule only Canadian programs. Indeed, I have always believed that a part of the CBC schedule should also be a showcase for the best programs from other parts of the world. But I share the views of my predecessor and, of course, the views of the Board of the CBC that our prime time schedule should feature more Canadian programs.

As one looks at the CBC's television schedule today, there can be no doubt that we rely too heavily on American entertainment programs. We do so because they attract large audiences and the large advertising dollars we need. But if we want to be distinctive, and I think the ultimate survival of the CBC may depend upon it, then we have to find ways to reduce our reliance on this kind of programming.

I don't think, however, that we can replace our American programs with more news or much more public affairs. We do need more Canadian drama, more Canadian entertainment programs that can interest Canadian audiences and hopefully foreign audiences also.

This can only come over time, but as it does I believe that you in the advertising industry must join with us in support of quality, appealing and entertaining Canadian programs.

I have absolutely no doubt that Canadian creators both in the CBC and in the private production industry can produce such programs. Our track record supports this contention, whether it be series like *The Beachcombers* or *SCTV* or the new and successful *Seeing Things*, a single very popular program like *Strawberry Ice*, or the upcoming *Empire* mini-series for which we have great hopes. Your industry has also demonstrated that it will support popular Canadian programs when they are available. However, it is a fact that programs of that kind are expensive to produce and that we do not have a large market to amortize their cost. It is also a fact that American programs can be imported for a small portion of their original cost which can now run, if you include the mini-series, from \$500 thousand to over one million dollars per hour.

How do we resolve this dilemma? Well, the debate is open. It is a dilemma for the CBC and for the whole broadcasting industry in Canada and, I may add, for the development of Canadian culture. As I said, the debate is open, at least unofficially, and in the coming weeks it will begin in earnest. I can only hope that the discussion will concentrate on the essential and very crucial aspects of this question and not on peripheral problems. It would be sad indeed if Canadians got involved in all kinds of quarrels and fights among the various parts of the broadcasting industry, among the various interested groups at the very moment when we are witnessing a new wave of technology and will soon be subjected to an avalanche of entertainment and information services from our neighbours and probably from other parts of the world. The only solution for Canada in these circumstances lies in creativity, development, initiative. Because of economic or financial constraints — principally the size of our market — the problem is enormously difficult. It will not be resolved by structural rearrangement. That, I may say, is simply a means of avoiding the issue.

As to the CBC, it must look at itself. It must look at its costs. It must attempt to be more productive. It must consider whether some of its resources can be reallocated. It must re-examine, as I have alluded to in these remarks, its commercial practices. It must consider more and better co-operative arrangements with private producers. Through such arrangements, but also in a general way, it must do a better job of selling its programs in other countries. But, since obviously you can't sell what you don't have, the first priority remains: to find a way to finance the creation of more of the kind of entertainment programs that Canadians want to watch.

If CBC television is going to be — as it must — a more distinctive, more indispensable, a more dynamic Canadian service, it can rely on roughly four types of resources: internal resources allocated differently and more effectively, the sale of its programs in other markets, advertising revenues and public funds of one type or another.

In my remarks today I have talked mainly of the object of our professional relationship: advertising revenue and the need for more popular Canadian programming. I have indicated that my position, and that of the CBC, is not a doctrinaire one. I take it that your position is not a doctrinaire one either, and that you support as much as we do the objective of developing entertaining, informative, enlightening and competitive Canadian programs.

Therefore, I hope that you recognize our position which I think I have made clear, namely, that CBC television can continue to be useful to you, in the long run, only if it becomes a more distinctive service for the general Canadian public.

Forty years of co-operation between your industry and ours, plus renewed determination on our part and yours, should enable us to find new ways to help you do your job and help us all to serve the Canadian public better.

CAI
BC
-577



CBC: Also a Business of Figures

Notes for an address by Pierre Juneau
President of the CBC

November 6, 1982

Convocation 1982
Corporation professionnelle des comptables
en administration industrielle du Québec
Montreal

Information Centre
Head Office, Ottawa

Mr. President,

Ladies and Gentlemen,

Please allow me, first of all, to express my warm thanks to Mr. Claude Gaffiero, your President, for his kind invitation to meet you here today. I presume you will permit me to join with the parents, friends, colleagues and teachers of those who have just been awarded diplomas by the Professional Corporation of Industrial Accountants of Quebec in offering them my sincerest congratulations.

I also learned with pleasure that one of the recipients of the Corporation Fellowship is Mr. Normand Perron, Manager of Analyses and Budget Reports at the CBC's French Services. Please allow me to congratulate him personally. I wish you all the greatest success in the career you are undertaking.

Though I am not myself an accountant, I am aware of the incalculable worth of the contribution made by financial and administrative services to the management of agencies and corporations, both public and private. The work performed by industrial accountants is particularly important in this respect, since they are the ones whose job it is to gather, analyse and interpret all the quantitative and other data essential to the planning and running of operations. They, too, are often responsible for budget control, as well as the analysis and assessment of the various options open to the decision-makers. These duties, as diverse as they are crucial, obviously demand that such accountants be specialists in information as well as communication.

As you can see, we share many of the same concerns, and I have the very distinct feeling that, when speaking of you and your problems, I shall also be speaking of us and what calls for our attention.

As the leader of a public agency funded in large part by the public purse, I have the threefold concern of managing strictly and creatively the human, financial and material resources available to the Canadian Broadcasting Corporation; of faithfully accounting for my administration and the results of our activity to all Canadian citizens through their elected representatives; of providing radio and television broadcasting services, offering audiences throughout the country the widest possible range of information, public affairs, sports and entertainment programs.

Communication is the key word in my career, as it is in your profession. Moreover, it has been the key word for close to twenty years, since I worked for the National Film Board, the Bureau of Broadcast Governors and the Canadian Radio-Television Commission, before becoming President of the CBC.

When we consider the word "communication", in an attempt to define it, we see all at once images of railways, airplanes, buses, vessels (communicating, of course), telegraphs, telephones, radio and television networks, telematics systems, computers, professors, fibre optics, satellites, and little discussion groups, not to mention tête-a-têtes, amorous and otherwise.

Turning from human relations to public relations, this term has nowadays taken on broader meaning. This is why what we would have formerly called, at the CBC and elsewhere, an information department, has now been christened Communication Services; why a Hollywood empire has been transformed into Warner Communications Inc.; and why many advertising agencies have become communication businesses. There is no doubt about it: the word is everywhere. And we know that a word never lasts if it does not correspond to a living reality. For everyone, not just organizations, communication is essential to their survival and their development. Let us try to straighten out this jumble by retracing--very briefly--the meaning of this catch-all term.

We should recall that the words "communicate" and "communication" appeared in the language as early as the fourteenth and fifteenth century, and that they first meant: "to participate in", "to use, or enjoy, in common", "to hold intercourse, or to converse". It later came to mean "to impart" by way of information. Here we see the beginning of the notion of transmission.

Developing from transmission to the means thereof, communication became plural and synonymous with trains, telephones, and then the media: press, cinema, radio and television. Today, sociologists, anthropologists and linguists see in communication a social process that the initial meaning of the word, in both French and English, rendered very well; namely, the using in common, participation. Thus bringing it full circle, communication encompasses information, the products of our reflection, the experiences we wish to convey and the means of imparting them.

You would permit me, I am sure, to talk to you about CBC. It would seem strange, indeed, if you had invited me to talk to you about the fire department or the current season of the National Hockey League.

The CBC is one of the great corporations of our country which played, and continues to play, a predominant role in the life of all Canadians, and particularly French Canadians.

Therefore, I am going to speak about the CBC briefly, but with emphasis on certain financial aspects of our operations: what does CBC cost you as taxpayers, and, what can we conclude about some of those questions of management which are more topical than ever?

I'm referring, for example, to the issue of commercials. Should CBC stop selling commercial time on television? And what problems are there in funding Canadian television drama? Finally, should CBC turn over to independent producers the responsibility for producing all its programs and sell its studios?

First, what is the CBC budget? For 1982-83, about \$850 million--\$175 million originates from commercial revenues and \$673 million is voted to us by the Canadian Parliament. It looks like big money. But let's keep in mind that CBC operates: a French television network serving almost all of the French-speaking population across Canada; an English television network which, like the French network, reaches almost all English communities in Canada--both networks together reaching 98 per cent of Canadians; a French-language AM radio network; a French stereo radio network; and, of course, two similar English-language radio networks.

In addition, CBC operates a Northern radio service, and, as well, a shortwave service, Radio Canada International, broadcasting in eleven languages around the world. To sum up, CBC provides eight broadcasting services: six major radio and television networks reaching almost the entire population of our country, a northern broadcasting service, and an international one.

I would now like to give you a small appreciation of the costs involved in producing programs for these services. Out of a total budget of \$462 million for CBC television, the French television network costs \$170 million. But consider this fact: CBC also operates some local French stations (radio and television) which produce local programs in Montreal, Quebec City, Ottawa, Rimouski, Matane, Sept-Iles, St. Boniface, Regina, Edmonton and Vancouver. Those regional operations require \$35 million out of that \$170 million.

As you know, the Gaspé Peninsula and the North Shore cover stretches of land comparable to the land masses of many countries in the world. Stations like those in Rimouski and Matane must therefore attempt to reflect not only the city in which they are located, but also the entire, vast territory in which they are.

For those of us in metropolitan centres, an investment of some \$35 million may seem a luxury. Indeed, perhaps the Montreal programs would do. But those of you who come from remote centres know how such an opinion would be received in Sept-Iles or Rivière du Loup.

As for radio, the four networks will consume \$132 million for their programming in 1982-83: \$81 million on the English side and \$51 million on the French side. And here again, French radio is spending part of this amount, namely \$20 million of its \$51 million, for its regional activities, which cover all of Quebec and all of Canada.

The cost per Canadian for these services is seven cents a day. The cost of the "biggest French daily newspaper in America" is now 45 cents, and one dollar on Saturday.

Do Canadians appreciate these services? Let's take a little look: 91 per cent of Francophones watch CBC French television at least once a week, and on the average, the CBC's French stations hold about 42 per cent of the audience at peak viewing times. As for Anglophones, despite all the competition from the U.S., 84 per cent watch our programs at least once a week and, during peak viewing times, we hold 25 per cent of the audience.

Now let us look at advertising. We should note first of all there is no longer any, or practically any, advertising on CBC radio.

With regard to television, there are many questions raised. Some speak of the number of interruptions, especially in certain types of programs. Others are opposed to advertising of the doctrinal sort. Many are opposed to the advertising addressed to children, which we no longer have at the CBC. However, hardly anyone is left who believes in the influence of sponsors on program content.

I do not wish to discuss these particular questions with you, but rather to consider a more fundamental matter.

Is there, at the very start, a contradiction between the mandate of the CBC and the showing of advertising on CBC television?

I think not.

First of all, advertising is part of our economic and political system. It is accepted by our legislators at all levels: by Parliament and the provincial governments. Nor is there anything in the Broadcasting Act forbidding the CBC to sell air time for commercial purposes.

Secondly, it seems clear that the advertising industry considers that CBC television is an essential service. Our presence as a competitor is regarded as being very useful.

Furthermore, it sometimes happens--and this is very important--that companies share in the cost of producing a series or a film, as did Alcan with Les Plouffe, for instance.

The revenue from advertising is also essential to the CBC's affiliated private stations, such as Trois Rivières, Sherbrooke, Chicoutimi and Rouyn, to name a few.

We must also consider that it is unlikely that the CBC could televise hockey, football and baseball without coming to terms with the advertisers that hold the rights.

Lastly, one very important factor: commercial sales represent additional revenue. Suddenly withdrawing some \$35 million from a budget of \$175 million for French television (20 per cent) and \$100 million from a budget of \$400 million for English television (25 per cent) would be an extremely painful surgical procedure.

As President, I intend to attach special importance to this issue.

It would be an illusion to think, as people seem to suggest, that the CBC could stop all production and rely exclusively on the private sector. One would have to be entirely ignorant of the very economics of production to attempt such a feat. No television undertaking operates like that--not in France, not in England, not in Germany, not in Italy. The huge American networks alone operate in this way, and then never, or very rarely, for public affairs programs.

The American networks are the exception to the rule because their market is so large and so lucrative that independent producers are prepared to invest colossal amounts in pilot programs, with the risk that most of them will be rejected by the networks--which means, in such cases, a total loss for the producers. However, because of the size of the market, the eventual profit for the producers is such that they are prepared to make enough programs to supply the networks' needs.

Here is an interesting detail illustrating the extent of the risk taken by private producers, an unthinkable occurrence in Canada. The producers of a highly successful series such as MASH, for instance, do not make any profits at the time itself of concluding a sale with CBS, since the production costs are so high. We must realize that the cost of production per half-hour is \$400,000. The profits only begin to come in about five years later, when the producer has accumulated a hundred or so programs, and he has completed his contract with CBS and he starts to sell his programs to the one thousand independent stations ready to take them and pay a good price for them.

It is easy to see that such a situation is unlikely to occur in Canada.

I have spoken of a few aspects of communication in Canada. I have chosen to deal with concrete, rather than philosophical aspects--not that the philosophical ones would not interest you--but because I believe that your profession orients you toward the specific and significant issues involved in administration.

Communication or communications, including radio and television broadcasting, have become so complex, furthermore, and so much a part of our lives and our industries that they are going to require ever greater expertise, a capacity for harsh, accurate and demanding analysis, to which you have decided to devote yourselves.

Perhaps for your parents and friends here in attendance, I have gone a bit overboard on figures. But, no doubt, you have already accustomed them to this sort of language and they are already resigned to the many conversations they will have with you in the future on the topic of administration and industrial accounting.

I thank them for their patience, and, once again, I wish you success--and, I might add, pleasure and satisfaction in your career.

Conservation
Publications



The Future of National Broadcasting

Note for an address by Pierre Juneau
President of the CBC

March 12, 1983

The Vancouver Institute
University of British Columbia
Vancouver

Information Centre
Head Office, Ottawa

"THE FUTURE OF NATIONAL BROADCASTING"

I SPEAK TO YOU TONIGHT IN TWO CAPACITIES. ONE IS THAT OF SOMEONE WHO HAS BEEN AN ATTENTIVE STUDENT OF CANADIAN MEDIA DEVELOPMENTS FOR SOME THIRTY YEARS. I SPEAK TO YOU ALSO AS THE PRESIDENT OF THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION, AN INSTITUTION WHICH HAS PLAYED A CENTRAL ROLE IN CANADIAN LIFE FOR ALMOST HALF A CENTURY. AND, IF MY ANALYSIS OF THE UNFOLDING SITUATION IS CORRECT, IT MUST PLAY AN EVEN MORE IMPORTANT ROLE IN THE YEARS AHEAD.

IT IS NOT ALWAYS EASY FOR A SPEAKER TO WEAR TWO SUCH HATS AT THE SAME TIME. BUT IN THIS CASE I THINK THE TWO MAJOR THEMES OF MY TALK TONIGHT GO TOGETHER MOST APPROPRIATELY, FOR I BELIEVE THAT THE COURSE OF THE CURRENT ELECTRONIC REVOLUTION -- WHICH IS ALSO A CULTURAL REVOLUTION IF THERE EVER WAS ONE -- AND THE FATE OF THE CBC ARE INDISSOLUBLY LINKED. THE TECHNOLOGICAL REVOLUTION WHICH IS NOW UPON US CLEARLY UNDERLINES THE NEED FOR THE REJUVENATION OF CANADA'S PUBLICLY OWNED NATIONAL BROADCASTING SERVICE. CONVERSELY, I AM PROFOUNDLY CONVINCED THAT CANADIANS WILL NOT BE ABLE TO RESPOND TO THE COMMUNICATIONS CHALLENGE FACING THEM WITHOUT A STRONG AND REVITALIZED CBC. FACING THAT CHALLENGE WILL, HOWEVER, REQUIRE STRONG POLITICAL DETERMINATION, IMAGINATION, AND AN EFFORT TO MAKE USE OF ALL THE CREATIVE SKILLS SO ABUNDANTLY AVAILABLE IN ALL PARTS OF THE COUNTRY.

WHEN I USE THE PHRASE, "ALL PARTS OF THE COUNTRY", I MEAN IT AS SOMETHING MORE THAN A RHETORICAL FLOURISH. CANADA IS A COUNTRY WHICH ENJOYS ROOTS. PARTLY FOR THIS REASON IT HAS DEVELOPED A DISTINCTIVE WAY OF EXPRESSING

ITSELF CULTURALLY. NOWHERE IS THIS MORE APPARENT THAN IN BRITISH COLUMBIA. ONE OF THIS PROVINCE'S EARLY PREMIERS AND STATESMEN, SIR RICHARD MCBRIDE, HAD A PIECE OF LANGUAGE I LIKE: HE USED TO CALL HIS COUNTRYMEN "THE BRITISH COLUMBIA CANADIANS". WHAT SIR RICHARD CLEARLY INTENDED TO INDICATE BY THIS TERM IS THAT ONE MAY BE A GOOD CANADIAN WITHOUT SACRIFICING THAT SENSE OF PLACE WHICH IS ONE OF THE CHARACTERISTICS THAT PROVIDES STRENGTH FOR THIS COUNTRY IN THE ONGOING EFFORT TO RETAIN AND DEVELOP ITS OWN CULTURAL IDENTITY. I BELIEVE, ALONG WITH T.S. ELIOT, THAT "A NATIONAL CULTURE, IF IT IS TO FLOURISH, SHOULD BE A CONSTELLATION OF CULTURES, THE CONSTITUENTS OF WHICH, BENEFITTING EACH OTHER, BENEFIT THE WHOLE."

THE BROADCASTING ACT REFLECTS THIS THOUGHT WHEN IT MANDATES A NATIONAL BROADCASTING SERVICE - THE CBC - TO ACTIVELY CONTRIBUTE "TO THE FLOW AND EXCHANGE OF CULTURAL AND REGIONAL INFORMATION AND ENTERTAINMENT." THERE CAN BE NO DOUBT THAT THE COMPLEX OF ELECTRONIC TECHNOLOGIES AND HUMAN BEHAVIOUR WE CALL "BROADCASTING" IS ONE OF THE CENTRAL FEATURES OF ALL MODERN SOCIETIES. AS IN CANADA, ALL THE MAIN GOVERNMENTS OF THE WORLD ARE ABSORBED BY THE PROBLEM OF DEALING EFFECTIVELY WITH THE LATEST PHASE OF THIS MOST IMPORTANT REVOLUTION.

WE CAN EXAMINE THE PLACE OF BROADCASTING FROM MORE THAN ONE PERSPECTIVE. THE AVERAGE CANADIAN -- THAT ARTIFICIAL BEING WHO EXISTS PRIMARILY IN THE MINDS OF STATISTICIANS, BUT WHO NEVERTHELESS REPRESENTS US ALL -- SPENDS TWENTY-THREE HOURS A WEEK WATCHING TELEVISION. SO TELEVISION, WHICH IS ONLY ONE PART OF THE PHENOMENON WE CALL BROADCASTING, IS ITSELF THE THIRD MOST TIME-CONSUMING ACTIVITY OF CANADIANS -- AFTER WORK AND SLEEP. ANOTHER

EIGHTEEN HOURS A WEEK IS TAKEN UP BY RADIO, ALTHOUGH OF COURSE THAT ACTIVITY IS MORE EASILY INTEGRATED WITH OTHER ONES. SO THE AVERAGE CANADIAN SPENDS FORTY-ONE HOURS PER WEEK AS A CONSUMER OF BROADCASTING. BROADCASTING IS THEREFORE NO MINOR FRILL IN SOCIETY.

THE SOCIAL IMPACT OF THESE ACTIVITIES IS LESS CLEAR, ALTHOUGH SPECULATIONS ABOUT IT OFTEN ENJOY GREAT PUBLIC PROMINENCE. ONE THING WE CAN SAY FOR CERTAIN IS THAT THE TWO PREVIOUS PHASES OF ELECTRONIC REVOLUTION -- BY WHICH I MEAN THE INTRODUCTION OF IN-HOME RADIO RECEIVERS IN THE 1930'S AND THE INTRODUCTION OF IN-HOME TELEVISION RECEIVERS IN THE 1950'S -- BROUGHT WITH THEM DRAMATIC CHANGES THROUGHOUT SOCIETY.

TODAY, TELEVISION ALONE TOUCHES NEARLY EVERY CANADIAN NEARLY EVERY WEEK. CBC TELEVISION REACHES 85% OF CANADIANS AT LEAST ONCE EACH WEEK. LOOKED AT ANOTHER WAY, WE HAVE ONLY TO EXAMINE THE FIGURES ON WHERE CANADIANS GET THE NEWS TO REALIZE THE RELATIVE IMPORTANCE OF THE ELECTRONIC MEDIA. THE CBC'S WEEKNIGHT NEWS AND INFORMATION PACKAGE ON ENGLISH LANGUAGE TELEVISION HAS, TYPICALLY, BETWEEN 1.5 AND 2 MILLION VIEWERS. THIS IS MORE THAN TWICE THE CIRCULATION OF ANY CANADIAN NEWSPAPER. THE 600,000 WHO WATCH TÉLÉJOURNAL ON FRENCH LANGUAGE TELEVISION IS MORE THAN TWICE THE CIRCULATION OF ANY FRENCH LANGUAGE NEWSPAPER. MORE THAN 900,000 PEOPLE TUNE IN TO THE WEEKLY SUNDAY MORNING NEWS AND INFORMATION PACKAGE ON THE CBC'S ENGLISH LANGUAGE AM RADIO NETWORK -- MORE PEOPLE THAN SUBSCRIBE TO ANY ONE CANADIAN WEEKLY MAGAZINE, SUCH AS MACLEAN'S.

BROADCASTING ALSO HAS AN IMMENSE ECONOMIC SIGNIFICANCE. IT IS SUCH A FORCE BECAUSE IT CARRIES

ADVERTISING, A MARKETING DEVICE OF ENORMOUS POWER. IN FACT, IT IS DIFFICULT TO SEE HOW A MODERN MARKET ECONOMY COULD OPERATE WITHOUT SUCH VEHICLES FOR ADVERTISING AND PROMOTING THE RANGE OF GOODS AND SERVICES AVAILABLE.

TODAY, ADVERTISERS IN THE UNITED STATES ARE WILLING TO PAY AS MUCH AS \$450,000 FOR A SINGLE 30-SECOND ANNOUNCEMENT ON PROGRAMS WITH VERY WIDE AUDIENCE APPEAL, SUCH AS THE FINAL EPISODE OF M*A*S*H. THE PRICES IN CANADA ARE, OF COURSE, VERY MUCH LOWER. BUT EVEN HERE, TEN THOUSAND DOLLARS IS A NOT UNCOMMON PRICE FOR A 30-SECOND ANNOUNCEMENT ON A CANADIAN NETWORK.

AS I HAVE INDICATED, THE BROADCASTING REVOLUTION HAS ALREADY PASSED THROUGH TWO DISTINCT PHASES, THE INTRODUCTION OF FIRST RADIO AND THEN TELEVISION. EACH HAS PRESENTED A FRESH CHALLENGE TO THE CANADIAN CULTURAL IDENTITY. IN EACH CASE, THE RESPONSE TO THE CHALLENGE HAS BEEN TO ESTABLISH PUBLIC BROADCASTING AS THE CORNERSTONE OF THE CANADIAN BROADCASTING SYSTEM.

THE CHALLENGE EXISTED, OF COURSE, EVEN BEFORE THE TIME OF THE ELECTRONIC MEDIA. WELL BEFORE THE INTRODUCTION OF RADIO, CANADA WAS FLOODED WITH FOREIGN CULTURAL MATERIAL OF ALL TYPES. PERHAPS BECAUSE OF THE NOVELTY OF THE MEDIUM AND THE SUDDENNESS WITH WHICH IT ARRIVED, THE RADIO REVOLUTION OF THE 1920'S LED TO A BOLD AND RADICAL RESPONSE: THE ESTABLISHMENT BY LEGISLATION OF A NATIONAL BROADCASTING SERVICE -- THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION. THE 1929 AIRD COMMISSION WHICH INSPIRED THIS SOLUTION, REPORTED THUS: "AT PRESENT THE MAJORITY OF PROGRAMS HEARD ARE FROM SOURCES OUTSIDE OF CANADA. IT HAS BEEN EMPHASIZED TO US" THE COMMISSION ARGUED, "THAT THE CONTINUED RECEPTION OF THESE HAS A TENDENCY TO MOULD THE

MINDS OF THE YOUNG PEOPLE IN THE HOME TO IDEALS AND OPINIONS THAT ARE NOT CANADIAN". THIS POINT OF VIEW HAS BEEN REPEATED AGAIN AND AGAIN IN VIRTUALLY EVERY STUDY OF CANADIAN BROADCASTING, UP TO THE PRESENT TIME.

IT MUST BE SAID THAT CANADA WAS NOT ALONE IN DECIDING THAT BROADCASTING WAS SO IMPORTANT THAT IT OUGHT TO BE TREATED SOMEWHAT LIKE EDUCATION AND PUBLIC HEALTH. INDEED, THAT WAS THE COURSE OF ACTION SELECTED BY NEARLY EVERY MAJOR COUNTRY. THE MAIN EXCEPTION, IN THIS AS IN SO MANY OTHER THINGS, WAS THE UNITED STATES. THERE, A COMBINATION OF CIRCUMSTANCES, SUCH AS THE EXISTENCE OF A HUGE DOMESTIC MARKET, LED TO THE DEVELOPMENT OF A BROADCASTING SYSTEM WHICH WAS ALMOST ENTIRELY PRIVATELY OWNED AND COMMERCIALY OPERATED. IT IS INTERESTING TO PONDER WHETHER THIS COURSE OF ACTION WILL ULTIMATELY BE JUDGED AS HAVING BEEN THE WISEST ONE FOR THAT COUNTRY ITSELF, NOT TO MENTION THOSE THAT FIND THEMSELVES IN ITS CULTURAL ORBIT.

THE ATTITUDE WHICH HAS INSPIRED THE BROADCASTING POLICIES OF CANADA AND MOST OTHER COUNTRIES HAS OFTEN BEEN DESCRIBED AS "CULTURAL NATIONALISM". I THINK THIS IS A MISNOMER. NATIONALISM, CULTURAL OR OTHERWISE, HAS ALWAYS MADE ME UNCOMFORTABLE, AS I THINK IT DOES MANY OTHER CANADIANS. I THINK "PATRIOTISM", IN THIS CONTEXT "CULTURAL PATRIOTISM", IS A MUCH BETTER TERM TO DESCRIBE THE WAYS CANADIANS FEEL ABOUT THEIR COUNTRY AND, AGAIN IN THIS CONTEXT, ABOUT THEIR CULTURE. NATIONALISM SUGGESTS, AT LEAST TO ME, STRIDENT EXCLUSIONISM OR PROTECTIONISM FOR NARROW AND STERILE INTERESTS.

PATRIOTISM IS SOMETHING QUITE DIFFERENT. IT IS A QUIET PRIDE IN ONESELF AND IN ONE'S OWN ACHIEVEMENTS, WITH A

RESPECT FOR OTHERS AND FOR THEIR ACHIEVEMENTS. THOMAS SYMONS EXPRESSED IT WELL AND ELOQUENTLY SEVERAL YEARS AGO IN HIS MASTERFUL STUDY OF THE STATE OF CANADIAN STUDIES. IN HIS REPORT, APPROPRIATELY ENTITLED TO KNOW OURSELVES, PROFESSOR SYMONS PUT THE CASE FOR CANADIAN STUDIES IN WHAT I WOULD CALL PATRIOTIC TERMS: THE NEED TO KNOW OURSELVES BEFORE WE CAN KNOW ANYTHING ELSE. MUCH THE SAME RATIONALE CAN BE APPLIED TO BROADCASTING POLICY AS IT HAS BEEN DEVELOPED BY SUCCESSIVE GOVERNMENTS AND PARLIAMENTS. THE IDEA HAS NEVER BEEN TO EXCLUDE FOREIGN PROGRAMMING, BUT INSTEAD TO PROVIDE OPPORTUNITIES FOR CANADIAN PROGRAMMING. THE IDEA HAS BEEN NOT TO ARTIFICIALLY SILENCE OTHER VOICES, BUT TO ENSURE THAT CANADIAN VOICES ARE NOT THEMSELVES ARTIFICIALLY STIFLED. CANADA REMAINS, AND SHOULD REMAIN, A COUNTRY WITH A WIDE RANGE OF CULTURAL CHOICE.

INDEED, THIS RANGE OF CHOICE IS LARGER IN MOST PARTS OF CANADA THAN ANYWHERE IN THE WORLD. ANYONE WHO HAS TRAVELLED TO LONDON OR PARIS OR THE MAIN U.S. CITIES CAN TESTIFY TO THIS. THE RECENT POLICY ANNOUNCED BY THE FEDERAL MINISTER OF COMMUNICATIONS PERMITS AN EVEN FREER ACCESS TO FOREIGN PROGRAMMING BY ALLOWING COMPANIES TO IMPORT MORE FOREIGN SIGNALS OR BY ALLOWING CITIZENS AND CERTAIN COMMERCIAL ESTABLISHMENTS TO OWN, WITHOUT ANY LICENCE, THEIR OWN SATELLITE RECEIVING ANTENNAS.

THE LOGIC OF HAVING A PUBLICLY-OWNED NATIONAL BROADCASTING SERVICE WAS ESTABLISHED AT THE VERY BEGINNING. THE INTENT OF THE ROYAL COMMISSION CHAIRED BY SIR JOHN AIRD, WHO WAS ALSO CHAIRMAN OF THE CANADIAN BANK OF COMMERCE AND THEREFORE NOT TO BE ASSUMED TO BE A PARTISAN OF PUBLIC OWNERSHIP FOR ITS OWN SAKE, CAN BE DISCERNED FROM THE WORDS OF ITS REPORT. THE COMMISSION CONSIDERED ITS "FOREMOST DUTY"

TO BE TO ADVANCE "THE INTERESTS OF THE LISTENING PUBLIC AND OF THE NATION". THE COMMISSION FOUND ITSELF THEREFORE "IMPELLED TO THE CONCLUSION THAT THESE INTERESTS CAN BE ADEQUATELY SERVED ONLY BY SOME FORM OF PUBLIC OWNERSHIP, THE OPERATION AND CONTROL BEHIND WHICH IS THE NATIONAL POWER AND PRESTIGE OF THE WHOLE PUBLIC OF THE DOMINION OF CANADA."

FROM THESE FEW WORDS EMANATED THE CANADIAN NATIONAL BROADCASTING SERVICE, THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION, THE INSTITUTIONAL EMBODIMENT OF CANADIAN PUBLIC BROADCASTING. IN OTHER WORDS, THE CBC IS THERE TO PROVIDE AN ESSENTIAL SERVICE TO CANADIANS WHICH CANNOT BE PROVIDED ADEQUATELY ANY OTHER WAY, NAMELY, TO REPRESENT CANADIANS TO CANADIANS IN ALL THEIR MANY MANIFESTATIONS. OF COURSE, CANADIAN POLICY HAS ALWAYS COUNTED ON THE PRIVATE BROADCASTERS TO PLAY AN IMPORTANT PART IN PROVIDING SERVICES TO CANADIANS. THE POLICY RECENTLY ANNOUNCED BY THE FEDERAL MINISTER OF COMMUNICATIONS PUTS EVEN MORE EMPHASIS ON THE ROLE OF PRIVATE BROADCASTERS AND PROGRAM PRODUCERS. THE POLICY GOES FURTHER THAN ESTABLISHING AN OBLIGATION; IT ALSO PROVIDES FINANCIAL ASSISTANCE TO HELP PRIVATE BROADCASTERS MORE EFFECTIVELY MEET THE CHALLENGE OF THEIR ENORMOUSLY POWERFUL COMPETITORS FROM SOUTH OF THE BORDER.

HOWEVER, THE ANALYSES MADE IN 1929 BY THE AIRD COMMISSION, REAFFIRMED BY THE GOVERNMENTS LED BY JOHN DIEFENBAKER AND LESTER PEARSON, IN 1958 AND 1968 RESPECTIVELY, AND BY THE PRESENT GOVERNMENT IN THE RECENTLY PUBLISHED POLICY REMAIN CRUCIAL. CANADA NEEDS SUCH A NATIONAL BROADCASTING SERVICE IF IT IS TO RETAIN AND DEVELOP A STRONG CULTURAL IDENTITY. THE GEOGRAPHICAL SIZE OF OUR COUNTRY, THE SMALL SIZE OF OUR POPULATION AND THE ECONOMICS

OF PROGRAM PRODUCTION MAKE IT TOTALLY UNREALISTIC TO RELY MAINLY ON MARKET FORCES TO ACHIEVE OUR GOALS.

LIKE MANY ANOTHER CONCEPT, THE CANADIAN IDEA OF PUBLIC BROADCASTING CAN PERHAPS BE DESCRIBED BY CONTRAST. CANADIAN PUBLIC BROADCASTING IS NOT COMMERCIAL OR PRIVATE BROADCASTING. NOR IS CANADIAN PUBLIC BROADCASTING LIKE PUBLIC BROADCASTING AS THAT TERM IS USED IN THE UNITED STATES. I DON'T THINK EVERYTHING CANADIAN OUGHT TO BE MEASURED AGAINST AN AMERICAN YARDSTICK, BUT I DO THINK THAT THIS IS ONE OF THOSE OCCASIONS WHERE A COMPARISON BETWEEN THE TWO IS INTELLECTUALLY BENEFICIAL. PEOPLE IN THE UNITED STATES USE THE TERM "PUBLIC BROADCASTING" QUITE DIFFERENTLY THAN WE DO IN CANADA, ALTHOUGH I MUST SAY THAT A CERTAIN AMOUNT OF "LINGUISTIC SPILLOVER" HAS LED, IN POPULAR CANADIAN ENGLISH AT LEAST, TO A CERTAIN AMOUNT OF CONFUSION ABOUT THE PRECISE MEANING OF THE TERM.

IN THE UNITED STATES, PUBLIC BROADCASTING HAS COME TO BE ASSOCIATED WITH THE PUBLIC BROADCASTING SERVICE, WHICH CAME INTO BEING RELATIVELY RECENTLY AFTER THE BROADCASTING TERRAIN HAD BEEN ALMOST TOTALLY OCCUPIED BY THE THREE BIG COMMERCIAL NETWORKS. IT HAS CARVED OUT FOR ITSELF A SMALL, AND PREVIOUSLY UNSERVED PORTION OF THE U.S. MARKET. THE DISTINCTIVE FEATURE OF PBS, HOWEVER, IS NOT MAINLY ITS LACK OF COMMERCIAL ADVERTISING. RATHER, ITS DISTINCTIVENESS RESIDES IN ITS PROGRAMMING, WHICH IS AIMED AT ONE NARROW SEGMENT OF THE TOTAL POTENTIAL AUDIENCE. PARADOXICALLY PERHAPS, PBS MAKES VERY ABUNDANT USE OF FOREIGN IMPORTS. IT IS PERHAPS ONE MEASURE OF THE DIFFERENCE BETWEEN THE CANADIAN AND AMERICAN SITUATION OF PUBLIC BROADCASTING THAT, IN THE UNITED STATES, PBS PROVIDES VIRTUALLY THE ONLY VEHICLE BY WHICH AMERICANS CAN SEE WHAT TELEVISION LOOKS LIKE IN OTHER

COUNTRIES. IN CANADA, HOWEVER, PUBLIC BROADCASTING PROVIDES THE MAIN WAY BY WHICH CANADIANS CAN SEE WHAT TELEVISION LOOKS LIKE IN THEIR OWN COUNTRY. PBS INFORMATION PROGRAMMING IS, OF COURSE, VERY GOOD. BUT IT ITSELF PRODUCES VERY LITTLE IN THE WAY OF ENTERTAINMENT PROGRAMMING, EITHER SERIOUS OR LIGHT.

THE CANADIAN SITUATION DIFFERS ALSO IN THAT CBC TELEVISION WAS ESTABLISHED AS THE FIRST TELEVISION SERVICE IN CANADA WHEN NO OTHER DOMESTIC TELEVISION SERVICE EXISTED. THE CLEAR INTENTION OF PARLIAMENT WAS THAT CBC TELEVISION SHOULD BE A SERVICE OFFERED TO THE WHOLE PUBLIC OF CANADA -- NOT JUST TO SOME OF THE PUBLIC. IT SHOULD, IT WAS DECIDED, SEEK TO PRESENT PROGRAMMING OF WIDE AND GENERAL INTEREST AND TO SERVE AS WELL A GREAT VARIETY OF SPECIALIZED PUBLICS. THE FACT THAT THE CBC IS PUBLICLY-OWNED AND PUBLICLY-FINANCED AND THE BROAD MANDATE IT RECEIVED FROM PARLIAMENT IN THE BROADCASTING ACT ARE THE CRITICAL DETERMINANTS OF THE LOOK AND FEEL OF THE CORPORATION'S BROADCAST SCHEDULE. THE ACT REQUIRES THAT THE CBC BE "A BALANCED SERVICE OF INFORMATION, ENLIGHTENMENT AND ENTERTAINMENT FOR PEOPLE OF DIFFERENT AGES, INTERESTS AND TASTES COVERING THE WHOLE RANGE OF PROGRAMMING IN FAIR PROPORTION" AND, MOREOVER, THAT IT "BE IN ENGLISH AND FRENCH, SERVING THE SPECIAL NEEDS OF GEOGRAPHIC REGIONS, AND ACTIVELY CONTRIBUTING TO THE FLOW AND EXCHANGE OF CULTURAL AND REGIONAL INFORMATION AND ENTERTAINMENT".

ALL OF THIS MEANS, TO PUT THE MATTER IN STARK TERMS, BOTH HOCKEY AND OPERA. SOME PEOPLE HAVE A TASTE FOR ONE, BUT NOT THE OTHER. SOME LIKE BOTH, AND SOME LIKE NEITHER. THE CBC, TO MEET ITS MANDATE AND FULFILL ITS RESPONSIBILITIES, MUST PROGRAM WITH ALL SUCH PEOPLE IN MIND.

ADD TO THIS MIXTURE OF TASTES THAT MAKES UP CANADA THE FURTHER ELEMENTS OF DIVERSITY REPRESENTED BY DIFFERENCES OF REGION OF RESIDENCE AND ETHNICITY AND YOU HAVE SOME IDEA OF THE COMPLEXITY OF THE MANDATE GIVEN TO PUBLIC BROADCASTING IN CANADA.

THE CORPORATION SUCCEEDS IN FULFILLING THIS MANDATE WHILE MAINTAINING A VERY SIGNIFICANT SHARE OF THE AUDIENCE. I HAVE ALREADY POINTED OUT THAT CBC TELEVISION REACHES SOME 85% OF ALL CANADIANS IN AN AVERAGE WEEK. ITS OVERALL SHARE OF THE CANADIAN AUDIENCE FOR ENGLISH LANGUAGE TELEVISION IS ABOUT 22%. BEAR IN MIND THAT THIS FIGURE IS ACHIEVED IN AN EXTREMELY COMPETITIVE TELEVISION MARKET. IN THE TORONTO AREA, WHICH ALONE ACCOUNTS FOR ABOUT ONE SIXTH OF THE MARKET FOR ENGLISH LANGUAGE TELEVISION, VIEWERS WITH CABLE HAVE A CHOICE OF NINETEEN DIFFERENT CHANNELS. VANCOUVER AND VICTORIA AREA VIEWERS, WHO MAKE UP ALMOST ANOTHER TENTH OF THAT MARKET, CAN CHOOSE AMONG SEVENTEEN CHANNELS. SO THE CBC'S AUDIENCE SHARE, ALTHOUGH IT HAS, ADMITTEDLY, BEEN DECLINING IN RECENT YEARS AS MANY MORE CHANNELS HAVE BEEN ADDED TO THE VIEWER'S MENU, NEVERTHELESS REPRESENTS A CREDITABLE PERFORMANCE. IT COMPARES MOST FAVOURABLY, BY THE WAY, WITH THE PERFORMANCE OF THE U.S. NETWORKS IN THEIR OWN MARKET. NONE OF THEM HAS AS MUCH AS 30% OF THE TOTAL AUDIENCE, IN SPITE OF THE FACT THAT IN VERY LARGE PARTS OF THE UNITED STATES THE THREE MAIN NETWORKS HAVE UNTIL VERY RECENTLY HAD THE MARKET VIRTUALLY TO THEMSELVES.

CANADIAN PUBLIC BROADCASTING CAN ALSO BE USEFULLY CONTRASTED WITH CANADIAN COMMERCIAL OR PRIVATE BROADCASTERS. THE GOAL OF THE PRIVATE BROADCASTERS IS TO ATTRACT THE LARGEST POSSIBLE AUDIENCE AT ANY GIVEN TIME BECAUSE THEY MUST

DELIVER THAT AUDIENCE TO THE ADVERTISERS IN ORDER TO TURN A PROFIT THROUGH ADVERTISING SALES. THIS CONSTRAINT FORCES THE COMMERCIAL BROADCASTERS TO SET ASIDE MANY SPECIALIZED INTERESTS WHICH, WHILE THEY MAY BE LARGE, ARE STILL NOT LARGE ENOUGH TO MEET THE GOALS OF ADVERTISERS. WHILE THE PRIVATE BROADCASTERS MUST WORK TOWARDS ASSEMBLING THE LARGEST POSSIBLE AUDIENCE AT ANY GIVEN TIME, THE PARAMOUNT GOAL OF THE CBC MUST BE TO PROVIDE A BROADCASTING SERVICE TO THE DIVERSE PUBLICS WHICH MAKE UP CANADA.

THIS LATTER GOAL, IN MY VIEW, IS NOT INCONSISTENT WITH CARRYING COMMERCIAL ADVERTISING. IF ADVERTISERS ARE IMPRESSED WITH OUR ABILITY TO ATTRACT LARGE AUDIENCES, AND THEY ARE, I HAVE NO DOCTRINAIRE OBJECTION TO SELLING THEM THE AIR TIME TO PRESENT THEIR MESSAGES. THE MOST IMPORTANT POINT IS THAT THE PURSUIT OF ADVERTISING REVENUE SHOULD NOT BE ALLOWED TO DIVERT THE CORPORATION FROM ITS PRIMARY MISSION, MANDATED BY PARLIAMENT, OF PROVIDING SERVICE TO THE MANY PUBLICS OF CANADA.

UNFORTUNATELY, IT MUST BE ADMITTED THAT IT SOMETIMES IS SO DIVERTED UNDER CURRENT PRACTICES. THE CBC, WHICH NOW HAS A GROSS ADVERTISING ANNUAL REVENUE OF APPROXIMATELY \$152 MILLION, IS ONE OF THE LARGEST SINGLE ADVERTISING VEHICLES IN CANADA. IN ORDER TO DRAW THE AUDIENCES NECESSARY TO PRODUCE THIS REVENUE THE CORPORATION HAS PROGRAMMED OVER THE YEARS SOME 8½ HOURS OF AMERICAN PRODUCED PROGRAMS PER WEEK IN PRIME TIME ON ITS ENGLISH TELEVISION NETWORK. EXCLUDING SPORTS, NEWS AND PUBLIC AFFAIRS, AND CONSIDERING ONLY DRAMA AND ENTERTAINMENT, 8½ HOURS IS ABOUT ONE HALF OF ALL SUCH PROGRAMMING IN PRIME TIME.

IF THE CBC IS TO FULFILL ITS MANDATE ADEQUATELY WE MUST FIND A WAY TO CHANGE THIS SITUATION AND MAKE CBC PROGRAMMING DISTINCTIVE AND MORE HIGHLY REPRESENTATIVE OF CANADIAN CREATIVITY. THAT CANADIANS WANT CANADIAN TELEVISION PROGRAMMING IS A DEMONSTRABLE FACT. FOR EXAMPLE, IN JANUARY OF THIS YEAR THERE WERE SEVEN CBC SPECIALS AND SERIES THAT DREW AUDIENCES OF MORE THAN TWO MILLION, BEATING OUT SUCH IMPORTED PROGRAMMES AS DALLAS, M*A*S*H, TOO CLOSE FOR COMFORT AND PRIVATE BENJAMIN. THESE CANADIAN WINNERS INCLUDED THE FIFTH ESTATE, THE BEACHCOMBERS, THE NATIONAL, AND EMPIRE INC. EVEN FOR PRODUCTIONS OF A MORE SERIOUS NATURE THERE ARE HIGH LEVELS OF INTEREST. FOR INSTANCE, "THE MIKADO", WHICH WAS ORIGINALLY PRODUCED AT STRATFORD AND WHICH NORMAN CAMPBELL OF THE CBC RE-STAGED FOR TELEVISION, HAD AN AUDIENCE OF 1.4 MILLION PERSONS. YET YOU DON'T SEE SUCH PROGRAMS ON PRIVATE TELEVISION OR HEAR THEM ON PRIVATE RADIO.

THE CBC IS FURTHER SET APART FROM CANADIAN PRIVATE BROADCASTERS AND ALSO FROM U.S. BROADCASTERS BY THE RANGE OF ITS ACTIVITIES AND THE STRENGTH OF THE PHYSICAL AND HUMAN CAPITAL IT HAS ASSEMBLED.

THE RANGE OF ACTIVITIES THE CORPORATION DEALS IN INCLUDE:

- TWO TELEVISION NETWORKS, ONE IN EACH OFFICIAL LANGUAGE, EACH OF WHICH REACHES ALMOST ALL THE ENGLISH SPEAKING AND FRENCH SPEAKING PUBLIC; IF WE INCLUDE REGIONAL PROGRAMMING, THESE TWO NETWORKS PRODUCE MORE PROGRAMS THAN ANY OTHER NETWORK IN THE WORLD;
- FOUR RADIO NETWORKS, TWO IN EACH LANGUAGE, WHICH ALSO REACH ALMOST ALL THEIR POTENTIAL PUBLIC;

- A SHORT WAVE SERVICE, RADIO CANADA INTERNATIONAL, WHICH BRINGS THE VOICE OF CANADA, IN ELEVEN LANGUAGES, TO ABOUT TEN MILLION LISTENERS AROUND THE WORLD EACH WEEK;

- A NORTHERN RADIO AND TELEVISION SERVICE WHICH BROADCASTS IN TEN NATIVE LANGUAGES AND DIALECTS AND IN FRENCH AND ENGLISH;

- TWO TELEVISION NETWORKS WHICH CARRY, THROUGHOUT CANADA, USING SATELLITE AND CABLE, THE PROCEEDINGS OF THE HOUSE OF COMMONS.

THIS SHORT LIST DOES NOT INCLUDE MANY OF THE OTHER ACTIVITIES OF THE CORPORATION, SUCH AS THE SALE OF RECORDS. ON THE LIST I HAVE GIVEN, I DIRECT YOUR ATTENTION IN PARTICULAR TO THE INTERNATIONAL SERVICE, THE NORTHERN SERVICE AND THE PARLIAMENTARY NETWORK. THESE ARE OUTSTANDING EXAMPLES OF BROADCASTING SERVICES WHICH ARE FUNDAMENTALLY PUBLIC IN NATURE, AND WHICH COULD ONLY BE PERFORMED UNDER A PUBLIC BROADCASTING MANDATE.

THIS RANGE OF ACTIVITIES IS MATCHED BY AN ACCUMULATION OF PHYSICAL PRODUCTION RESOURCES. THE FACILITIES ESTABLISHED IN RECENT YEARS IN VANCOUVER, MONTREAL AND REGINA WILL, I HOPE, SOON BE JOINED IN TORONTO BY A NEW STATE-OF-THE-ART PRODUCTION COMPLEX. BUT EVEN MORE IMPORTANT THAN THE PHYSICAL FACILITIES IS THE ENORMOUS POOL OF TALENT WHICH THE CORPORATION HAS ACCUMULATED IN AND AROUND ITSELF. I SHOULD SAY AT THIS POINT THAT THE CBC HAS A STRONG AND CONTINUING COMMITMENT TO THE PURCHASE OF MORE AND MORE OF ITS PROGRAMMING FROM EXTERNAL, INDEPENDENT SOURCES - A COMMITMENT WHICH I DO NOT HESITATE TO REAFFIRM. HOWEVER, I MUST ALSO

SUGGEST THAT THE PHYSICAL AND HUMAN CAPITAL INVOLVED IN CBC PRODUCTION IS SUCH THAT IT CONSTITUTES A NATIONAL RESOURCE OF GREAT VALUE. IN THE CURRENT PHASE OF THE ELECTRONIC REVOLUTION, IT IS ONE OF THE ADVANTAGES CANADA ENJOYS.

THIS LATEST PHASE IS IN SOME WAYS MORE SUBTLE THAN THE TWO WHICH PRECEDED IT, BUT IT IS AT LEAST AS IMPORTANT. IT MAY, INDEED, BE THE MOST FAR REACHING OF ALL, AND ITS NATURE MAKES THE EXISTENCE OF A STRONG PUBLIC PRESENCE IN THE SYSTEM EVEN MORE IMPORTANT THAN EVER. THE TWO PREVIOUS PHASES MERELY INVOLVED THE INTRODUCTION OF A NEW PIECE OF GADGETRY INTO THE HOME. PUT BRIEFLY, THE CURRENT CHANGES INVOLVE A GREAT EXPANSION OF THE WAYS IN WHICH PEOPLE CAN USE THE GADGETRY.

AT THE HEART OF THIS SET OF CHANGES IS THE POWERFUL INTERACTION BETWEEN SATELLITE AND CABLE TECHNOLOGIES. ONLY TWENTY YEARS AGO, AN EARTH SATELLITE WAS NOT MUCH MORE THAN A MAN-MADE BAUBLE CIRCLING THE GLOBE, PUT THERE PRIMARILY TO ADVERTISE THE ROCKET THRUST CAPABILITIES OF ONE OR ANOTHER OF THE GREAT POWERS. IT WOULD TYPICALLY HAVE HAD A RELATIVELY WEAK COMMUNICATIONS SIGNAL FOR TRACKING PURPOSES AND TO DRAW ATTENTION TO ITS PRESENCE. TODAY, HUNDREDS OF SUCH SATELLITES NOW EXIST FOR EVERY PURPOSE IMAGINABLE, MOST OF THEM MILITARY. BUT AMONG THEM ARE GROWING NUMBERS OF SATELLITES DESIGNED ESPECIALLY FOR COMMUNICATIONS, STABLY ANCHORED IN A SYNCHRONOUS ORBIT SO THEY ARE ABLE TO BROADCAST STRONG SIGNALS TO FIXED AND VERY LARGE PORTIONS OF THE GLOBE'S SURFACE. TYPICALLY, SUCH SATELLITES CAN CARRY UP TO TWENTY DIFFERENT SIGNALS, OR CHANNELS. THESE CAN THEN BE PICKED UP BY EARTH RECEIVERS AND REDISTRIBUTED TO HOMES. A CHANNEL BROADCAST BY SATELLITE CAN THUS EXPAND ITS REACH GIGANTICALLY, FAR ABOVE WHAT IT COULD IF IT WERE LIMITED TO

TERRESTRIAL TRANSMISSION ALONE. ONE SUCH "SUPER STATION", ATLANTA'S WTBS, HAS ITS SIGNAL RECEIVED AND REDISTRIBUTED BY ABOUT 4,000 U.S. CABLE SYSTEMS, REACHING ABOUT 20 MILLION HOUSEHOLDS. IN ADDITION TO SUCH SUPER STATIONS, THE U.S. HAS SPECIALIZED SATELLITE-TO-CABLE CHANNELS FEATURING NEWS, SPORTS AND ENTERTAINMENT DIRECTED SPECIFICALLY TO BOTH BLACKS AND HISPANICS. AND, OF COURSE, PAY-TELEVISION IS DELIVERED TO SOME 12 MILLION AMERICAN HOMES BY THE SATELLITE AND CABLE ROUTE.

CANADA IS EVEN BETTER EQUIPPED THAN THE UNITED STATES TO DELIVER SUCH SIGNALS. IT HAS, OF COURSE, ITS OWN DOMESTIC COMMUNICATIONS SATELLITES. BUT PERHAPS MORE IMPORTANT IS THE FACT THAT CANADA IS MUCH BETTER EQUIPPED AT THE RECEIVING END THAN IS THE UNITED STATES. EIGHTY PERCENT OF CANADIAN HOMES HAVE ACCESS TO CABLE. SIXTY PERCENT OF THEM SUBSCRIBE TO CABLE AND, OF THESE, ALMOST HALF HAVE CONVERTER CAPACITY, MAKING IT POSSIBLE TO RECEIVE AT LEAST THIRTY CHANNELS. THE COMPARABLE FIGURES FOR THE UNITED STATES ARE IN EACH CASE MUCH LESS THAN THOSE FOR CANADA. IN ADDITION, CANADIAN CABLE SYSTEMS ARE RATHER MORE LIKELY THAN THEIR U.S. COUNTERPARTS TO POSSESS THE TECHNICAL CAPACITY TO RETRANSMIT LARGE NUMBERS OF SIGNALS. THE SWIFT APPEARANCE OF THREE NEW PAY-TELEVISION CHANNELS IN TWO MONTHS IS A REMINDER TO US JUST HOW RAPIDLY SUCH DEVELOPMENTS OCCUR IN THE NEW BROADCASTING ENVIRONMENT. IT TOOK YEARS FOR THE CONSTRUCTION OF THE TERRESTRIAL TRANSMISSION SYSTEM. IN THE CASE OF THESE NEW CHANNELS, THE NEW TECHNICAL REQUIREMENTS WERE MINIMAL.

THIS SATELLITE-TO-CABLE CAPACITY IS FORMIDABLE ENOUGH, ALL BY ITSELF. BUT IT MAY WELL BE LEAP-FROGGED BY ANOTHER TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT: DIRECT SATELLITE-TO-HOME TRANSMISSION. THIS IS MADE POSSIBLE BY HIGH POWERED

SATELLITES AND THE LIKELY ARRIVAL, WITHIN FIVE YEARS AT THE OUTSIDE, OF EARTH RECEIVING DEVICES -- "DISHES" -- WHICH MAY BE LESS EXPENSIVE TO THE CONSUMER THAN AN ORDINARY COLOUR TELEVISION RECEIVER. THE FOREST OF TELEVISION ANTENNAE WHICH CHARACTERIZED CANADIAN URBAN LANDSCAPES ONLY TWENTY YEARS AGO COULD WELL BE REPLICATED IN THE 1990'S BY A VISTA OF ROTATING SEA SHELLS, EACH ONE OF THEM SEEKING SIGNALS BROADCAST FROM THOUSANDS OF KILOMETRES OUT IN SPACE.

WHETHER THAT EXACT SCENARIO EVER COMES TO PASS IS A MATTER NOT YET ENTIRELY RESOLVED. WHETHER SIGNALS ARE TRANSMITTED DIRECTLY TO THE HOME BY SATELLITE, OR INDIRECTLY THROUGH CABLE, THE BASIC CONTOURS OF THE CURRENT PHASE OF THE BROADCASTING REVOLUTION WILL BE BROADLY SIMILAR.

THE FIRST SUCH PRODUCT OF THE CURRENT DEVELOPMENTS IS ONE VERY FAMILIAR TO CANADIANS: THE MULTIPLICATION OF CHANNEL CHOICE. TWENTY YEARS AGO, MOST CANADIANS COULD RECEIVE ONLY ONE OR TWO SIGNALS. IN A FEW AREAS, SUCH AS TORONTO AND VANCOUVER, FIVE OR SIX CHANNELS MIGHT BE TYPICALLY RECEIVED. NOW, CANADIANS IN MOST COMMUNITIES CAN GET FIVE OR SIX SIGNALS.

LOOKED AT ANOTHER WAY, DEVELOPMENTS ARE EQUALLY DRAMATIC. WHAT WE ARE SEEING IS AN ERASURE OF BOUNDARIES BETWEEN INDUSTRIES WHICH HAVE BEEN HISTORICALLY AND TRADITIONALLY DISTINCT.

UNTIL RECENTLY, THE TELEVISION SET HAS BEEN THE CARRIER OF PROGRAMMING DESIGNED PRIMARILY WITH A MASS MARKET IN MIND. NOW, INDUSTRIES RANGING FROM FILM TO SOUND RECORDING, TO TOYS, TO BANKING SEEK TO USE THE HOME TELEVISION RECEIVER TO DELIVER THEIR OWN SPECIALIZED PRODUCTS AND SERVICES. PAY TELEVISION ALREADY PROVIDES A SIGNIFICANT

SOURCE OF REVENUE FOR THE FEATURE FILM INDUSTRY, AND IT IS ANTICIPATED THAT IN THE NEAR FUTURE PAY TELEVISION RECEIPTS WILL NEARLY EQUAL RECEIPTS FROM THEATRICAL RELEASES. IN THE UNITED STATES THERE IS NOW AN ALL MUSIC CHANNEL, ON WHICH POPULAR SONGS ARE PLAYED TOGETHER WITH THEIR DEMONSTRATION VIDEO TAPES, AND WHICH IS DELIVERED BY SATELLITE AND CABLE TO SOME FOUR MILLION HOMES. THE VIDEO GAME, THOUGHT BY SO MANY TO BE A FRIVOLOUS ITEM, COULD WELL BE THE WEDGE BY WHICH HOME COMPUTERS BECOME COMMONPLACE. ILLUSTRATING THE RAPID GROWTH OF THE VIDEO GAME INDUSTRY, A RECENT CARTOON SHOWING TWO MOTION PICTURE EXECUTIVES HAD THE FOLLOWING CAPTION: "I KNOW IT WILL BE GOOD IN THE THEATRES, BUT WHAT ABOUT THE ARCADES?" THE NUMBER OF SPECIALIZED SERVICES WHICH CAN THEORETICALLY BE DELIVERED THROUGH THE HOME TELEVISION RECEIVER IS, IF NOT INFINITE, AT LEAST VERY LARGE. SUCH DEVELOPMENTS, BY THE WAY, ARE NOT LIMITED TO NORTH AMERICA. THEY ARE GLOBAL PHENOMENA.

THIS EXPANSION OF TECHNICAL CAPACITY MEANS AN EXPLOSION OF DEMAND FOR CONTENT -- ON A WORLD-WIDE BASIS. THIS IS A MATTER OF SPECIAL SIGNIFICANCE FOR CANADA. IT IS AN OLD THEME, BUT ONE WHICH BEARS REPEATING, THAT WE CANADIANS, WHILE WE HAVE BEEN VERY GOOD AT PUTTING IN PLACE THE TECHNICAL DELIVERY SYSTEMS, HAVE BEEN MUCH LESS SUCCESSFUL AT PRODUCING THE GOODS TO PUT INTO THOSE SYSTEMS. EVEN NOW, ONLY 4 PERCENT OF THE DRAMA WHICH APPEARS ON CANADIAN TELEVISION SCREENS IS OF CANADIAN ORIGIN. THE REASONS FOR THIS SITUATION ARE TO BE FOUND IN THE INEXORABLE ECONOMIC LAWS OF THE TELEVISION MARKETPLACE. IT IS SIMPLY MUCH, MUCH CHEAPER TO BUY FOREIGN PROGRAMMING THAN IT IS TO PRODUCE PROGRAMMING OF EQUAL QUALITY HERE IN CANADA. TO GIVE A ROUGH IDEA, THE CANADIAN RIGHTS FOR AN HOUR-LONG PROGRAM SUCH AS "DALLAS" CAN COST FROM \$35,000 TO \$50,000. BUT THE

PRODUCTION COST FOR EACH EPISODE IS IN THE AREA OF \$1 MILLION. WORLD-CLASS DRAMA PROGRAMMING -- THE KIND CANADIANS WANT AND DESERVE -- SIMPLY CANNOT RECOVER ITS PRODUCTION COSTS IN CANADA ALONE.

THERE ARE AT LEAST TWO REASONS FOR THIS. THE FIRST DERIVES FROM THE RELATIVELY SMALL SIZE OF OUR DOMESTIC MARKET, AND THE AUDIENCE FRAGMENTATION CAUSED BY THE IMPORTATION OF SO MANY U.S. CHANNELS. THE SECOND FOLLOWS FROM THE FACT THAT CANADIAN ADVERTISERS SPEND MUCH LESS PER CAPITA ON TELEVISION ADVERTISING, AND ON ADVERTISING GENERALLY, THAN DO ADVERTISERS IN ANY OTHER MAJOR COUNTRY. IN CANADA, ADVERTISERS SPEND ABOUT \$36 A YEAR PER CAPITA ON TELEVISION; FOR THE U.S., THE COMPARABLE FIGURE IS \$54.

FOR ALL THE REASONS I HAVE SET FORTH, THE BROADCASTING ENVIRONMENT OF THE NEAR FUTURE WILL ALMOST CERTAINLY BE A FAST MOVING AUDIO-VISUAL SPACE WHERE POLITICAL BOUNDARIES WILL COUNT FOR LESS AND LESS. POLICY WILL REMAIN IMPORTANT, HOWEVER, BECAUSE OF THE DECISIONS POLITICAL AUTHORITIES CAN MAKE TO ENCOURAGE AND STRENGTHEN EXPRESSION OF CREATIVITY - OR HINDER AND WEAKEN IT. ONE THING IS SURE: THE COMPETITIVE CONTEXT IS A TREND WHICH WILL ACCELERATE.

SHOULD WE PANIC? SHOULD WE RESIST THIS TREND? EVEN IF SUCH APPROACHES WERE CONTEMPLATED THOSE TYPES OF ATTITUDES WOULD BE QUITE FUTILE. WE ARE DEALING WITH FACTS AND REALITIES, WHICH THE RECENT PAPER PUBLISHED BY THE MINISTER OF COMMUNICATIONS ACKNOWLEDGES AND ESTABLISHES IN POLICY. DOES THIS SIGNAL A FUNDAMENTAL CHANGE IN CANADIAN POLICY? A VERY IMPORTANT TURN, YES. BUT A BASIC CHANGE, NO. IT WOULD BE A FUNDAMENTAL CHANGE WERE CANADIANS TO ADOPT A DEFEATIST, DISPIRITED, DIFFIDENT ATTITUDE, IMPLYING THAT A UNIFORM WORLD CULTURE IS A DESIRABLE

DEVELOPMENT AND NOT, AS I THINK MOST CANADIANS WISH, ONE TO BE RESISTED. THAT IS NOT THE WAY I READ THE POLICY RECENTLY ANNOUNCED, NOR IS IT THE POLICY CANADIANS WANT.

I BEGAN TONIGHT'S TALK BY DESCRIBING THE CULTURAL DIVERSITY OF CANADA AS ONE OF ITS STRENGTHS, QUOTING T.S. ELIOT. ELIOT HAD MORE TO SAY ON THE MATTER OF CULTURAL DIVERSITY, PUTTING IT IN A WORLD PERSPECTIVE. "IT MUST FOLLOW" HE WROTE, "FROM WHAT I HAVE ALREADY PLEADED ABOUT THE VALUE OF LOCAL CULTURES, THAT A WORLD CULTURE WHICH WAS SIMPLY A UNIFORM CULTURE WOULD BE NO CULTURE AT ALL. WE WOULD HAVE A HUMANITY DE-HUMANIZED. IT WOULD BE" HE CONCLUDED, "A NIGHTMARE."

CANADIANS, I BELIEVE, HAVE AN INSTINCTIVE REACTION AGAINST UNIFORMITY. I AM CONVINCED THAT THE PEOPLE OF THIS COUNTRY WOULD NOT ACCEPT MEASURES WHICH LED TO CULTURAL UNIFORMITY, EITHER ON A GLOBAL OR NATIONAL SCALE. LET US LOOK AT WHAT HAS HAPPENED IN RECENT DECADES EVEN WITHIN CANADA, WITH BETTER AND BETTER COMMUNICATIONS. WE HAVE PUT IN PLACE RADIO AND TELEVISION NETWORKS WHICH TO SOME OBSERVERS APPEAR TO OVERLY REFLECT THE ETHICS, IDEALS AND INTERESTS OF TORONTO AND MONTREAL. RATHER THAN REDUCING THE WILL OF THE PEOPLE IN VARIOUS REGIONS OF THE COUNTRY TO HAVE A CULTURAL VOICE OF THEIR OWN, THE RESULT HAS BEEN EXACTLY THE OPPOSITE. OUR COMPATRIOT NORTHROP FRYE, A WORLD AUTHORITY ON CULTURAL EXPRESSION, ADDRESSED THIS MATTER IN A RECENT BOOK. "THE CENTRALIZING POLITICAL AND ECONOMIC MOVEMENTS" HE SAYS, "HAVE BUILT UP HUGE CITIES; THESE CITIES ARE NOW ALMOST UNMANAGEABLE, AND I THINK A DECENTRALIZING CULTURAL MOVEMENT IS LIKELY TO BECOME MORE DOMINANT. BUT I THINK AS IT GOES ON IT WILL BECOME LESS POLITICAL."

"IN EVERY PART OF CANADA" DR. FRYE CONTINUES, "THERE ARE STRONG SEPARATIST FEELINGS, SOME POLITICAL, AS IN QUEBEC, SOME

ECONOMIC, AS IN THE WEST, SOME GEOGRAPHICAL, AS IN THE MARITIMES. BUT THE GENUINE MOVEMENT UNDERLYING ALL THIS IS A FEELING OF CULTURAL DISTINCTIVENESS, AND THIS "HE CONCLUDES, "WILL KEEP BREAKING DOWN INTO SMALLER UNITS AS MORE OF THE COUNTRY BECOMES ARTICULATE."

THIS SAME OBSERVATION CAN BE CONFIRMED BY THE EXPERIENCE OF ANYONE WHO HAS HAD THE OCCASION TO TRAVEL AROUND THIS COUNTRY. BUT IT IS NOT AN OBSERVATION LIMITED TO CANADA; THE SAME PHENOMENON IS TAKING PLACE IN MANY COUNTRIES. THE PEOPLE OF THOSE COUNTRIES ARE ASKING THEMSELVES MANY OF THE SAME QUESTIONS WE PUT TO OURSELVES.

DO WE WANT TO LIVE IN A LAND CROSSED BY CURRENTS, CHANNELS, WAVES, AND SIGNALS FROM EVERYWHERE? IN SUCH A LAND WE WOULD BE WAVERING IN THE WIND OR SWINGING AROUND LIKE WEATHERVANES, DIZZY WITH SOUNDS AND SIGHTS FROM EVERY CORNER OF THE GLOBE, - WITHOUT SIGHTS AND VISIONS OF OUR OWN. OF COURSE NOT. FOR OUR OWN BENEFIT AND TO TAKE PART IN THE WORLD DIALOGUE WE NEED CANADIAN IDEAS THAT CAN AMUSE AND SURPRISE, VISIONS THAT ENLIGHTEN AND THOUGHTS THAT CAN SURPRISE AND STIMULATE.

THE INSTINCT TO CREATE WORKS OF ART - FRAGGLE ROCKS, MONA LISAS, THE COMPOSITIONS OF JOHN LENNON OR "MIKADOS" - IS PART OF WHAT MAKES US HUMAN. AS NORTHROP FRYE HAS SAID, THERE IS SOMETHING "VEGETABLE", SOMETHING ORGANIC, ABOUT IMAGINATION. THIS INSTINCT CANNOT BE SUPPRESSED. THE ONLY REAL QUESTION IS WHETHER OUR SOCIETY WILL FACILITATE AND SUPPORT THIS NATURAL URGE OR WHETHER IT WILL DO OTHERWISE.

THE FIRST PART OF THE BROADCASTING POLICY JUST PUBLISHED BY THE MINISTER OF COMMUNICATIONS DEALS MAINLY WITH THE IMPORTANT ROLE OF THE PRIVATE SECTOR IN BROADCASTING AND PROGRAM AND FILM PRODUCTION. THE POLICY PROVIDES FOR THE STIMULATION OF PRIVATE

SECTOR PRODUCTION FOR TELEVISION. IT IS NEARLY INEVITABLE, HOWEVER, THAT PRIVATE ENTREPRENEURS IN BROADCASTING AND FILM WILL TEND TO TAILOR THEIR PRODUCTIONS TO THE NEEDS AND TASTES OF FOREIGN MARKETS. SUCH PRODUCTIONS WILL UNDOUBTEDLY BRING MANY BENEFITS: EXPERIENCE IN SCRIPTING, DIRECTING, PRODUCING AND MARKETING; THE CREATION OF JOBS; GENERALLY THE FURTHER ADVANCE OUR NASCENT PRODUCTION INDUSTRY.

IT IS PROBABLE, HOWEVER, THAT PRIVATE BROADCASTERS WILL PLACE LESS EMPHASIS ON DEVELOPING THEMES THAT ARE PARTICULARLY CANADIAN IN NATURE. WHILE SUCH PROJECTS CAN OFTEN BE OF INTEREST TO FOREIGN AUDIENCES, THEY ALSO INVOLVE A GREATER RISK FACTOR AND ARE LESS LIKELY TO BE UNDERTAKEN BY COMMERCIAL BROADCASTERS.

THE CBC WAS NOT CREATED MERELY TO DUPLICATE WHAT THE PRIVATE SECTOR CAN DO. AS I HAVE TRIED TO SAY AT SOME LENGTH, IT IS A SERVICE TO CANADIANS: THE NATIONAL BROADCASTING SERVICE.

IN THE APPROACHING FUTURE, IN THE ENVIRONMENT OF THE VERY MUCH ENLARGED SPECTRUM OF SIGNALS THAT WILL SOON BE AVAILABLE TO CANADIANS, I THINK THE CBC SHOULD BE A STRONG, CLEAR AND DISTINCT VOICE. IT SHOULD BE CLEARLY, INTELLIGENTLY AND ELOQUENTLY CANADIAN. IN THIS WAY, IN THE NEW ENVIRONMENT, IT MUST - AS IT HAS IN THE PAST - EARN THE SUPPORT OF PEOPLE AND PARLIAMENT.

TO DO SO, AND IN VIEW OF THE FACT THAT THE CANADIAN AIRWAVES WILL BE OCCUPIED BY AN INCREASING NUMBER OF FOREIGN VOICES, THE CBC SHOULD PROBABLY HAVE MORE THAN ONE VOICE. IT APPEARS TO ME TO BE EXTREMELY DIFFICULT TO BE THAT KIND OF SERVICE, IN THOSE WORDS OF THE BROADCASTING ACT I HAVE ALREADY CITED, "A BALANCED SERVICE OF INFORMATION, ENLIGHTENMENT AND ENTERTAINMENT" WHICH ALSO ACTIVELY CONTRIBUTES TO, AS THE ACT ALSO SAYS, "THE FLOW AND EXCHANGE OF CULTURAL AND REGIONAL INFORMATION

AND ENTERTAINMENT", IF IT IS RESTRICTED TO ONLY ONE CHANNEL IN EACH LANGUAGE IN A SYSTEM WHICH OFFERS A MYRIAD OF OTHER DOMESTIC AND FOREIGN SIGNALS.

SHOULD THE CBC BE CLOSED TO THE WORLD? CERTAINLY NOT. IT SHOULD BE A SHOWCASE FOR THE BEST PROGRAMS THE WORLD HAS TO OFFER. CANADIANS DESERVE NOTHING LESS. SHOULD WE SEEK DELIBERATELY TO MAKE PROGRAMS ONLY OF INTEREST TO CANADIANS? AGAIN, NO. THERE ARE MANY REASONS WHY WE SHOULD REACH OUT TO AUDIENCES IN OTHER COUNTRIES. THERE ARE, FOR EXAMPLE, FINANCIAL INCENTIVES, REVENUES TO BE GAINED THROUGH FOREIGN SALES OF CANADIAN PROGRAMMES. WHAT IS HAPPENING IN CANADA, NAMELY, THE DEVELOPMENT OF A COSMOPOLITAN AUDIO-VISUAL SPACE, WILL EVENTUALLY HAPPEN EVERYWHERE. IN MANY PARTS OF THE WORLD, FIRST OF ALL IN NORTH AMERICA AND THEN IN WESTERN EUROPE, THERE WILL BE AN ABUNDANCE OF DISTRIBUTION CHANNELS AND - IN VIEW OF HIGH PRODUCTION COSTS - A RELATIVE LACK OF ATTRACTIVE CONTENT. THE CULTURAL PHENOMENON THAT WE WITNESS IN CANADA IS A WORLD-WIDE PHENOMENON: THE EXISTENCE OF GROUPS OF PEOPLE AMONG THE POPULATION WHO ARE DETERMINED TO MAKE A LIVING BY BEING WRITERS, SINGERS, DANCERS, JOURNALISTS, AND FILM PRODUCERS. THIS IMPULSE HAS EXISTED FROM THE BEGINNING OF THE WORLD. IT WILL NOT STOP.

ALMOST EVERY COUNTRY NOW HAS THE MEANS AND THE WISH TO EXPRESS ITSELF CULTURALLY, TO HAVE ITS VOICE HEARD OUTSIDE OF ITS BORDERS FOR CULTURAL, POLITICAL AND ECONOMIC REASONS. IN THIS NEW COSMOPOLITAN WORLD OF BROADCASTING AND CULTURE WE MUST BOTH MAKE SURE THAT CANADIANS CAN HEAR, SEE AND UNDERSTAND EACH OTHER AND ALSO HAVE THE MEANS TO PARTICIPATE IN THE WORLD-WIDE CULTURAL DIALOGUE THAT IS UPON US.

BUT THE FUTURE WILL NOT AUTOMATICALLY DROP INTO OUR LAPS. APPROPRIATE FINANCIAL RESOURCES WILL BE REQUIRED, OF COURSE. BUT MONEY IS ONLY PART OF WHAT COUNTS. WHAT REALLY MATTERS MOST IS TALENT AND WILL. MY OWN EXPERIENCE HAS TAUGHT ME THAT CANADIANS DO NOT LACK THE TALENT TO BUILD A WORLD-CLASS PRODUCTION INDUSTRY. IT IS THE WILL TO DO SO WHICH HAS SO OFTEN BEEN LACKING. ONCE THAT WILL TO ACT IS RESOLUTELY IN PLACE, MUCH, MUCH ELSE WILL FOLLOW.



A More Distinctive CBC

Notes for an address by Pierre Juneau
President of the CBC
(Check against delivery)

April 18, 1983

The Canadian Club
Toronto



In the eight months since I became President of the Canadian Broadcasting Corporation, I have been carrying to audiences in many parts of Canada the message that the Board of Directors and senior management of the CBC intend to reorient and restructure the Corporation to meet the demands of the rapidly-changing broadcasting future. These are goals which, we believe, enjoy wide support within the Corporation itself and, we hope, with the general public. So it was with special pleasure that I accepted this invitation, to lay before you some of the issues that face Canadian broadcasting as a whole, and the Corporation in particular.

There is no doubt that Canadian broadcasting is now at a crossroads, a turning point more important perhaps than any other since the introduction of broadcasting in the 1930's. That was when, thanks to the public-spirited efforts of people such as Graham Spry, Alan Plaunt, Brooke Claxton, and so many others, and thanks to the determination of the government and Parliament of the day, the CBC was created.

Let us hope that our efforts in these times will enjoy a similar level of public support.

At a dinner given in honour of Graham Spry, long before I became President of the CBC, I expressed the view that there had been no other cultural policy decision by the governments of our country more important than the creation of the CBC in the thirties.

It is important to underline that the Canadian policy of public support for broadcasting has been affirmed over the last fifty years by all parties in Parliament. It was established by statute in the thirties, repeated in 1958 and in 1968, and confirmed by many policy decisions.

The new and intensely competitive broadcasting environment will now require a most vigorous response from all those concerned with the general health of broadcasting. Competition from abroad and vigorous response are, of course, nothing new in Canadian broadcasting. But the present situation derives from the interaction of powerful sets of new technologies, namely satellite transmission, cable distribution and electronic video recorders.

We have all learned that the Government has adopted the view that our policy should be to strengthen Canadian expression, not by depriving citizens of the benefits of these new technologies, but by re-enforcing our capacity to produce appealing, interesting, valuable, competitive Canadian programs.

It is my belief, one which I hope you will share, that the role of the CBC is even more important in this new situation than it has ever been before.

The number of broadcasting or video services available to North American homes is already quite large and growing. Some such services are quite specialized, either in terms of their programming or their target audience. Others are of a more general nature, similar in some ways to the programming of conventional networks.

Many millions of North American homes are receiving, or are about to receive, dozens of new television services. Some of these, such as the "super-stations" based in Atlanta, Chicago and New York, offer wide-ranging programming not unlike that of the conventional networks.

Others are more specialized, offering news, sports, movies, youth-oriented variety and other types of programming. It is extremely doubtful in my view that the specialized services will replace the general-interest networks. I believe that there will always be a need for the kind of general programming they offer. But they will certainly stiffen the competition for all.

This new technological and programming situation requires from Canadians a vigorous response to ensure a strong continuing Canadian presence in a world of vastly increased television choices.

I believe that our self-confidence and our commercial, economic and political success is tied to our ability to speak to ourselves and for ourselves. A geographically vast and culturally diverse country like Canada cannot maintain that solidarity necessary for survival and prosperity without strong cultural links. Of course people develop an attachment or an identification to their country very much because it offers them physical and economic security -- and very much also because of the values they share and cherish, because of what they have accomplished in the past and because of the goals they hope to attain together in the future. A nation cannot be only a chain of supermarkets.

Several weeks ago the Minister of Communications published the first part of a new broadcasting strategy for Canada. It is designed, in its own words, "To enable the broadcasting system to respond to the challenges and seize the opportunities we face today". It contains a number of important policy initiatives, such as the Canadian Broadcast Program Development Fund.

This Fund will make financing available to independent producers, according to a formula which requires them to obtain two-thirds of their total financing from other sources, and also requires them to get a programming commitment from a Canadian broadcaster -- the CBC or a private broadcaster. It is, of course, an initiative which will be of particular assistance to the private sector in increasing the production and exhibition of Canadian television programming. It is for this reason alone a welcome and timely first step.

The next step will involve the very significant role that has to be played by public sector broadcasting -- the national broadcasting service, in other words, the CBC. A clearly defined role for the CBC has to be regarded as one of the most essential features of a broadcast strategy which has any prospect for success.

Traditionally, the CBC has been the cornerstone of broadcasting in Canada. For more than fifty years, Canada, like almost all other major countries, has relied on one or more publicly-owned broadcasting services to provide a strong national presence on the airwaves. This is the case in the United Kingdom, in Japan, in France, in Italy and in Federal Germany. The United States is the principal exception.

We must also note that in Canada the governments of four provinces have come to the conclusion that broadcasting was so important that it had to receive public support. I refer to TVOntario, Radio-Quebec, Access in Alberta and The Knowledge Network in B.C.

The importance of the CBC has also been recognized by private enterprise which invests approximately \$125 million dollars a year in advertising on CBC television.

In an industry more and more closely allied to broadcasting, namely the film industry, a public presence has also been almost universally considered necessary, again the United States being the only important exception. It is doubtful if such great film-makers as Fellini, Truffaut and Fassbinder could have made the great contributions to the world that they have without the support of public policies in their home countries.

The new Canadian Broadcast Program Development Fund, which will involve \$35 to \$70 million dollars over five years, will undoubtedly help to strengthen the place of Canadian programming on private sector television. It specifically requires that "at least half" of the funds made available under its mandate go for productions exhibited on private sector channels. But if there is to be a strong Canadian presence in the new environment I have described, the major challenge must be taken up by the CBC.

Recognizing this, and as part of the evolution of the overall strategy, the Minister of Communications recently asked the Board of Directors of the CBC to clearly define the role the Corporation will play in the emerging new broadcasting environment. As a result, it has set for itself certain programming goals for the next decade. These new goals represent not just a change of emphasis, but a major new direction.

When CBC television was first established more than thirty years ago, it had the television market virtually to itself in large parts of the country. Except in the border cities, it was quite literally the only game in town.

That position has, for all the reasons I have outlined above, eroded considerably, as more and more choices have been made available to Canadians. Without vigorous public policies, the Canadian presence would continue to weaken as more and more foreign services are imported through the new technologies of which I spoke.

In the new broadcasting environment the CBC cannot be just another voice, and a muffled one at that. It must speak eloquently, clearly, and with a distinct Canadian accent.

Making the CBC more visible to Canadians will require a new and reformed programming approach. Underlying this approach, there should be two fundamental principles: make it distinctive and make it Canadian.

When I say that the CBC television schedule should be more distinctive, I do not mean that it should be directed to any one small segment of the market.

The CBC schedule must be, in addition to being a recognizably Canadian service, designed to appeal to a wide range of Canadians and be firmly related to their interests, their ideas, their dreams, their hopes and their successes. The programs presented by the national broadcasting service must represent all aspects of Canadian culture, from hockey to business, politics and opera. Although not every program should have to draw a huge audience, the schedule as a whole must be one which all Canadians find attractive, exciting and, above all, relevant to them. It must generously reflect Canadian creativity, and draw widely on all sources of such creativity.

As much as I hesitate to quote my would-be biographer, the editor of Saturday Night, I think there is merit in the view expressed in his recent article in the Toronto Star, where he says that the present developments in broadcasting "should also be seen as a great opportunity to transform a shallow and evanescent medium into something more ambitious, important and permanent".

Up to now, CBC television has inadequately reflected Canadian creativity. It has had to rely too heavily on foreign, imported programming. And it will unfortunately have to continue to do so if it cannot find the resources to finance more Canadian programs.

I am not suggesting that all the resources needed to support a new orientation for the CBC need to be new funds. We have already announced measures to make the Corporation more cost-effective and the Board is determined to pursue this matter vigorously.

I also said before the Parliamentary Committee, that the CBC should look at ways to cooperate more closely with institutions like the performing arts institutions across the country, the National Film Board and the provincial broadcasting networks.

In the case of the NFB, we have a publicly-supported institution that has important production resources but some distribution problems. On the other hand, we have another public institution, the CBC, that has distribution facilities and a lack of Canadian programs. It seems to me that we should be able to find a way to take better advantage of this situation.

The reasons for the financial difficulties of program production in Canada are embedded in the realities of television economics.

The costs of a high-quality television production are much the same if it is made in Toronto as they are if it is made in Hollywood. Yet not even a small fraction of those high production costs can be recovered through advertising sales from the small Canadian market. This is a problem faced, incidentally, by virtually every other country. Once again, it is the U.S. which is the exception.

So why have Canadian production at all, if it can't pay its way? I have expressed some of my views on this matter already. But, the answer has also been given by the Canadian people themselves: they want Canadian programming. They have indirectly spoken, first of all, through their representatives in Parliament who have mandated that the national broadcasting service be "predominantly Canadian". And they have spoken more directly, through the viewing choices they make. It is true that many of the most popular television series on Canadian television, indeed on the CBC itself, are imported.

But it is equally true that many of the most popular dramas are Canadian - not to speak of sports, news and public affairs. On the English network, "Empire, Inc.", "The Beachcombers", "Fraggle Rock" and "the fifth estate" have all often outdrawn imported competition. Contrary to what you may have heard, the substantial Canadianization of the prime time schedule on CBC English television this past season did not result in an audience drop off. In fact, the CBC's share actually increased over the previous season. On French television, an even better situation exists for Canadian programming. There, eight of the ten most popular programs are Canadian produced. Anyone who claims that there is not a demand for Canadian programming just hasn't looked at the audience figures.

If the past is any guide, Canadians will respond in large numbers to the distinctive service we are proposing. The large audiences already attracted to Canadian production is proof of this.

When I say that the CBC television schedule of the future should be more heavily Canadian, by the way, I don't mean to suggest that it should exclude foreign imported productions altogether. Quite the contrary. The CBC has always been, and should continue to be, a showcase for the best the whole world has to offer. But it should make its selections in order to give a wider range of choice to Canadians, instead of buying imports only in order to get the highest ratings and earn the highest commercial revenue.

If the same imported programs are available on Canadian private stations or on U.S. channels imported by cable companies, what real service is the CBC providing to Canadian viewers in return for their financial support? This financial support, by the way, is much greater than the support provided by commercial revenue.

In view of the fact that the Canadian airwaves will be occupied by an increasing number of foreign voices, should the CBC have more than one voice? It appears to me to be extremely difficult, for the CBC, to be the kind of service, described in the Broadcasting Act, namely, "a balanced service of information, enlightenment and entertainment" which actively contributes to, as the Act also says, "The flow and exchange of cultural and regional information and entertainment", if it is restricted to only one channel in each language, in a system which offers a myriad of foreign signals and programs.

In such countries as France and the United Kingdom, where there is much less competition from foreign signals, it has long been established that the public broadcasting organization should have more than one outlet. A proposal to provide a selection of CBC programming on the Parliamentary channel when it is not occupied with the proceedings of the House of Commons is now under study. This proposal would widen the availability of CBC programming at a relatively small cost.

In order to make CBC television programming more distinctive, the CBC's attitude toward commercial advertising also needs a careful re-examination. I see nothing inconsistent with carrying advertising while still carrying out the Corporation's mandate as a publicly-owned broadcaster. What is really important for CBC policy is that advertising not be allowed to dominate programming decisions to the extent that it does now. But I think the pursuit of a distinctive program schedule goes hand in hand with an equally distinctive advertising policy. I shall soon be meeting with representatives of the advertising industry, to seek their advice on methods for harmonizing our advertising policy with our new program objectives. For instance, we should seriously consider reducing the number of commercial interruptions in certain types of programs, which are less compatible with such interruptions.

To meet the general goal of a distinctively Canadian program service, the CBC should move, over the next five years, to reduce its reliance on imported foreign programming. At present, the CBC schedules eight and a half hours a week of imported dramatic programming in prime time on its English network, and nine and a half hours on its French network, almost totally American programs. An effort should be made to reduce this substantially, perhaps by half. These hours should be filled up, over a period of, say, five years, with high-quality Canadian programming which should be of wide appeal to Canadians and, I hope, to others as well.

This last point -- that Canadian productions should have international appeal -- is an important one. As I have pointed out, the costs of high-quality television productions are of such magnitude that they cannot realistically be expected to be recoverable from advertising revenues in the domestic market alone, no matter how large a share of the Canadian audience they draw. This suggests a further strategy of vigorous export promotion.

Foreign sales might well have an unexpected by-product, separate from broadcast revenues. It seems to me that in foreign policy and in foreign commerce, one of Canada's main problems arises from widespread ignorance throughout the world of even the most elementary facts about our country, let alone about its many achievements in industry, science and culture. Canada is one of the world's great economic powers, with a reserved seat at the annual world economic summit, along with the United States, the United Kingdom, France, Italy, Japan and Federal Germany. Yet the impression of our country which still prevails abroad is that of a rather rustic, even rural, place.

I am thinking especially here of our relationship with our closest ally and most important trading partner, the United States. Stephen Clarkson has pointed out in a recent book that, if the American people were as well informed about Canada as we are about the United States, the diplomatic relations between our two countries could be much improved.

Already, such CBC radio programs as "As It Happens" and "Sunday Morning" find their way into American homes. A truly distinctive, truly Canadian television service, which was widely received in the United States by satellite and cable, would be of sure and certain benefit to better knowledge of Canada in the U.S., and better relations between our two countries.

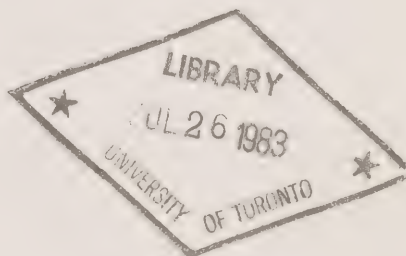
Up to now, the foreign market for television production has been extremely difficult for Canadians to crack open. I believe that situation is changing, because of the great new developments I described at the beginning of my talk. These are developments which are, to be sure, occurring first in North America. But they are soon to be global in scope. The satellite-to-cable connection which has already happened here is soon to be made in Europe and Australia.

What is emerging is a new and more cosmopolitan market for film and television production, in which many sources will have to be tapped for content. Even that most insular and closed of television market places, the United States itself, will find itself reaching for new sources of programming, which may in turn make American audiences more and more ready to accept a greater variety of programming.

Although difficult, the future of broadcasting today is more exciting than at any other time in its history. Much the same might be said for the CBC itself. The pioneers of Canadian broadcasting of whom I spoke clearly saw the need of Canada for the CBC in their time. In our own time, that need is even greater.



Public Broadcasting in the new technological environment: A Canadian View



Notes for an address by Pierre Juneau
President of the
Canadian Broadcasting Corporation (CBC)
on the occasion of the General Assembly
of the European Broadcasting Union (EBU)

Luxembourg, July 16, 1983

(Check against delivery)

PUBLIC BROADCASTING IN THE NEW TECHNOLOGICAL ENVIRONMENT:
A CANADIAN VIEW

The theme of this meeting, the challenges of the new technologies for public broadcasting, is one which obviously concerns all of us.

These challenges may be grouped under three headings. First, there are those presented by the proliferation of signals, the fragmentation of audiences, and the considerable increase in competition for public broadcasters. Whether this competition comes from new cable and satellite services, or from home video cassette recorders, the resulting situation is essentially the same. Second, there is the need that will arise to fill up new channels with programs that are new and worthwhile, if people are going to subscribe to cable services or buy satellite "dishes". Third, there is the challenge which a proliferation of transnational signals and the need to import more programs, presents to indigenous cultures.

This latter and larger question, the preservation and nurturing of national or regional cultures in the face of universal and trans-national trends, is one which over the years has preoccupied all those who are concerned with the importance of culture. The whole world is richer for the existence of a diversity of ideas and images, which clash or unite in creative encounter. It is, I believe, the particular responsibility of public broadcasters both to nourish the national cultures which sustain them and to encourage the global traffic of ideas and images, bringing to their respective publics the very best of what the whole world has to offer.

In the last century, the British philosopher John Stuart Mill accounted for Europe's eminent position in the world, then as now, by what he called "its remarkable diversity of character and culture". The European peoples, he said, "have struck out on a variety of paths, each leading to something valuable. Europe, he concluded, is "wholly

indebted to this plurality of paths for its progressive and many-sided development."

In other words, Mill argued that it was the very diversity of Europe that was the wellspring of European creativity, as different cultural perspectives enriched and informed one another. At each stage of the communications revolution of the last one hundred years, fears have been expressed in one quarter or another that this cultural diversity, the source of so much vitality, would be threatened or eroded by new communications developments. The arrival of film and broadcasting aroused particular anxieties in this regard because both these media exhibited such strong trans-national tendencies. It is undeniable that a certain amount of uniformity has come about, leading to the emergence of what the American economist Kenneth Boulding calls the "superculture". But one could also argue that the mass media have provided smaller cultural groups with more powerful instruments of communication than they possessed before and that their need for expression has been both stimulated and assisted by the advent of those media.

As I will describe below, we in Canada have long had a considerable presence of American programs on our own networks, as well as the importation of U.S. networks by Canadian cable companies. But this strong foreign presence has not extinguished the demand for domestic product, nor has it weakened regional sentiment within Canada. Paradoxically perhaps, there is more cultural activity in all the regions and in the hundreds of localities of our vast country - in theatre, music, publishing and filmmaking - than there ever was before television and before cable.

Both in Europe and in Canada such indigenous cultural developments may have been assisted by cultural policies of governments who, exercising the collective will of their respective nations, have taken steps to ensure that the trans-national forces of homogenization did not overwhelm authentic indigenous expression. European film policies, for

example, have assisted domestic film production, and in the process, have contributed not only to the culture of their own countries but to the world the works of such filmmakers as François Truffaut, Federico Fellini, Ingmar Bergman, Lindsay Anderson, Rainer Fassbinder, or Claude Goretta. Without policies which some would regard as "protectionist", the whole world would be the poorer.

Thus, such policies enabled audiences to experience the works not only of filmmakers but of other artists, which spoke to them, not just in their own language, but in terms which grew out of their own cultural experience. So film and broadcasting, with all their feared potential for making people the same, do not seem to have greatly eroded the cultural diversity of Europe.

Are the present set of challenges, those of the new broadcasting technologies, namely satellites, cable, direct broadcast satellites and video recorders, radically different from those that came before, namely film and conventional broadcasting?

They are in many respects quite different. Film expression is printed on a "hard" medium, celluloid or magnetic tape, travels by plane or truck and must cross custom barriers. Conventional broadcasting is carried by hertzian waves that have relatively short ranges - except for short wave radio. The new technologies, however, are international by nature and by necessity. First, it is technically difficult to make satellite footprints match precisely the contours of ancient national boundaries. Second, the cost of satellites makes it almost indispensable for smaller countries to join others if they want to avail themselves of the benefits of such a technology. As for cable, it is grounded in a particular territory, but it is a costly technology and it must offer prospective users a large selection of services and programs if it is to succeed financially. It is difficult, perhaps even impossible for even the richest countries to produce all the programs required to make cable work. Therefore cable must tap foreign sources of programs at the lowest possible price. The

best solution is, of course, if the programs can be picked up free of charge.

Again a comparison with film is interesting. The investment required to operate motion picture theatres and the nature of the film exhibition business also requires the availability of large numbers of films which are very expensive to produce. Therefore, foreign films, in most countries, occupy a large proportion of screen time.

In these matters, the Canadian experience is of more than passing interest. Canada has been, for at least thirty years, a sort of laboratory on broadcasting, an interesting case study. The situation which now faces broadcasters throughout the world, namely, the proliferation of television signals, the fragmentation of audiences, competition for advertising revenue with foreign stations, the cultural challenge - all have been part of the Canadian reality since the introduction of television itself in 1952. Indeed, U.S. signals were available over the air to some 50 percent of the population living close to the border even before Canadian stations began operations.

In Canada and the United States, the average person spends about twenty-three hours a week watching television. In most European countries, the average is somewhat less although not greatly different. It is sometimes dangerous to make precise comparisons of this type, since the information is often collected in different ways in different countries. But the essential point remains the same: watching television has become an important feature of contemporary life. After work and sleep, watching television is for many people the most time consuming daily activity.

Whether this is good or bad is not really our subject today. It is simply a fact. There seems to be a powerful, public appetite for the kind of information and entertainment that television provides. Some say, however, that the present situation contains more an element of technological "push" rather than consumer "pull." I think there is

some truth to this view. However if you consider Canada or the United States, or the Belgian, Dutch or Swiss cases with which I am less familiar, one has to admit that if one can offer consumers a device whereby they can obtain a large spectrum of program services for a relatively low price, they will take it, even if the actual diversity of services is not as high as the apparent diversity. Conversely, people will also express enormous resentment and exert a great deal of political pressure, if such services appear to be technologically easy to obtain, and public authorities block access to them for policy reasons.

The wide range of choice of which I spoke has been present in Canada almost since the beginning of the television age some thirty years ago. As mentioned earlier, the population distribution of Canada is such that from about 1948 almost half of Canadian urban households were able to receive over the air one or more United States television stations, using rooftop antennas.

Again almost from the beginning, cable systems sprang into being, to bring in distant Canadian or U.S. signals to remote areas and to improve picture quality in the cities. The introduction of colour television in the 1960's provided another powerful impetus to cable installation. So, as long as twenty- five years ago, many Canadian households in the three largest border cities -- Montreal, Toronto and Vancouver -- could typically receive five or six television signals, three or four of them originating in the United States. From the start of the television age, Canadian broadcasters faced very strong foreign competition in their own most important domestic markets.

The perceived inequality between those parts of the country that were able to receive several signals and those able to receive only one or two led to an irresistible public demand for the extension of cable service, and the importation of U.S. signals by microwave, even to areas hundreds of kilometres distant from the border. Canadians, I think it is fair to say, came to regard multiple television services in

English and in French, and including United States stations, not so much as a privilege or a lucky circumstance, but as a natural right.

As a result, cable service, bringing a wide range of signals, is now available to more than eighty per cent of Canadian households. Sixty percent of total households actually subscribe to the service. So a majority of Canadians now have access to eight or ten television channels. In addition, twenty-five per cent of all Canadian homes have converter service, which for many effectively doubles the number of channels available. The basic cable service providing 10 or 12 services costs approximately \$8.00 a month. A converter can be purchased for approximately \$100.00. A pay-TV subscription costs approximately \$19.00 per month, per channel.

Ottawa, the national capital, is not atypical of the country as a whole. There, cable subscribers with converter service can receive some twenty-two channels, including three pay-television channels, for which an extra monthly supplement is required. Of these, four are American and seventeen Canadian. Of the latter, four are in French and thirteen in English.

The Canadian stations include CBC English and French television networks, a province of Ontario cultural network, a province of Quebec cultural network, a community access channel, a French language private local station, a full-time parliamentary channel, two private commercial Canadian English language networks and a certain number of distant Canadian stations affiliated either to the CBC or to private Canadian networks. The four U.S. stations received include, of course, CBS, NBC, ABC, and PBS.

Of course, there is a certain amount of duplication, a point to which I shall return. Even so, these figures illustrate how a relatively small city -- not unlike Bonn or The Hague -- more than a hundred kilometres from the U.S. border can have as great or greater a variety of television services as such mega-cities as New York or Los

Angeles.

Bear in mind that this is the situation that exists already, before the era of satellite communications has fully begun. As many of you will be aware, the Canadian federal government recently unveiled the first phase of a comprehensive broadcast strategy which will, in brief and in essence, permit the introduction of an even wider range of signals. We anticipate that before very long - say five years - many Canadian households will be able to receive fifty or more television services, either indirectly through satellite-to-cable connections or directly from satellite to home.

Both the present situation and the emerging one present an impressive range of choice. It has to be stressed, however, that the existence of many different television channels does not necessarily lead to an equivalent expansion of real choice. In fact, there is often a depressing sameness to North American television, even where the range of channel availability is theoretically and nominally rather wide. First and most obvious is the repetition of exactly the same programs on different channels. In a typical Canadian case, "Dallas" may appear on four different channels, at the same time. The two English competing pay-television channels - the third one being in French and quite different - have very similar offerings. On one, "Star Wars" appears on Wednesday nights; on the other, it appears on Thursday nights. So what appears on the surface and at first glance to be a dazzling array of choice loses some of its glitter on closer examination.

The range of choice in the typical Canadian case, large as it may be, is limited in another, subtler way. Choice among the U.S. offerings, in particular, is also limited by the dreary similarities of plot, format and style. The great success of "Dallas" has, for example, inspired a number of imitators. They are, I suppose, each different in their own way: different actors, different characters, different dialogue, and slightly different plots. But there is a

sameness to them, too, just as there is a sameness to the ubiquitous North American crime show. And much of North American television has been aptly described by one Canadian humourist as being "about cars crashing into each other."

All this is a symptom of what is becoming a universal problem, and a problem even in the United States: the incapacity to produce software to match hardware. There is an imbalance in the system between the technological capacity to multiply channels and the creative and financial capacity to provide programming of high standard which is truly varied. The possible danger I see is that we might all find ourselves in a situation where there will be many channels, none of which has strong or varied programming.

The Canadian situation I have described above has led to a degree of audience fragmentation such as exists in few other places in the world. But the existence of twenty different channels does not, of course, mean the splitting of the audience into twenty equally-sized fragments.

In fact, Canadian broadcasters in an extremely competitive environment have fared relatively well. In the English language market -- which is of course much more competitive than the French language market -- Canadian broadcasters retain 70 per cent of the audience. That is to say, of all television viewing that takes place in English speaking Canada, 70 per cent is to Canadian stations. Of course, a very large proportion of the viewing of Canadian stations is accounted for by the large audiences drawn by their own broadcast of American programs. The three American commercial networks received in most parts of Canada, with their immensely attractive popular programming, heavily promoted on a continental scale, share 30 per cent of the audience among them. CBC English television alone, which is only one voice among many, draws on the average 22 per cent of the English-speaking audience. Among French-speaking Canadians, the CBC's share is 44 per cent. These audience shares compare favorably,

incidentally, with the shares obtained by the three U.S. commercial networks in their own domestic market which vary between 22 per cent and 29 per cent, although in most parts of the U.S. they face nothing like the competitive situation in which the CBC finds itself in in almost all parts of its own market.

Of course, as I have said, Canadian broadcasters, even the CBC, are for their own program schedules dependent on American imports. It is doubtful if the Canadian networks, including the CBC, could retain their present audience share without offering a substantial amount of programming imported from the United States.

Even so, our experience has been that there is a strong public demand for domestically-produced television programming. Of course, most of our continuously successful programs are in sports and news and information programming. It has been difficult to find the financial resources to produce the kind of drama and entertainment programs that can compete with U.S. programs for audiences.

Therefore fragmentation has its price, particularly in a country like Canada which involves two relatively small linguistic markets: an English market of 18 million and a French market of 6 million. On the one hand, we lose audiences and revenues because of fragmentation; on the other hand, on the English side of Canadian broadcasting, our production costs are greatly increased because of the need to compete with American programs in the field of drama, entertainment and children's programs. Fifty percent of viewing hours are spent watching drama, that is films, series and now mini-series. Canadian stations only provide 4 per cent of the drama programs available on Canadian television, including stations available on cable. We are doing much better on the French side because there we are not competing so directly with American programs.

U.S. drama series cost around eight hundred thousand or one million dollars per hour to produce. They can be purchased for 3 to 6

per cent of those production costs. We sometimes hear American programs described as being "cheap". They are cheap only in their purchase price to the foreign buyer. They are certainly not cheap to produce in the first place. American programs, in my view are not cheap. They are very expensive. Many of them contain remarkable production values. They are successful with the public all over the world. Other countries can also produce successful programs. We also in Canada produce successful drama. However, we and other countries don't have a domestic market of 225 million people from which to recover production costs.

Obviously the existence of foreign competition on such a scale has greatly handicapped the Canadian production industry. The Canadian government's recently-announced broadcasting strategy contains an important initiative to support domestic video production in both the private and public sector. It involves the creation of a production development fund which will grow from 35 million dollars to 60 million dollars over the next five years. Independent producers can obtain on a loan or equity basis, one-third of the cost of a program or series of programs, provided they have a distribution arrangement with a broadcaster. The rest of the funding can come either from the broadcaster and from other sources. The broadcaster can be the CBC or a private broadcaster.

Many countries of Europe have a larger population than Canada and can, one way or another, recover more revenue for their films or television programs from their own domestic audience. However, that is not the case for smaller countries. As to larger countries, they are already investing large amounts of money in broadcasting. Therefore it is probable that if more services are added by satellites or cable or by a combination of both, there will be an inevitable tendency to look for a source of inexpensive programs. These programs will have to be attractive to large audiences so that cable and satellite costs can be recovered. Whether such services are provided by a commercial enterprise or by a state enterprise does not make a great deal of

difference if people have the option to buy or not buy the service. As it happens, the main existing source of appealing, relatively inexpensive programs is the United States.

In the context that I have described what should be the attitude of public broadcasters? What is the particular and special role of public broadcasters? I group my remarks under six general headings.

First of all, we need to realize that, realistically, there isn't much long-run alternative, either in Europe or in Canada, to accepting the broad outlines of the new environment. Canada already has communications satellites linked to its extensive cable system and the Anik-C satellite can also function as a direct broadcast system which can be picked up by "dishes" as small as 1.2 metres in diameter. Its Canadian owner, Telesat, has already concluded an arrangement with an American firm, United Satellite Communications, to provide a direct broadcast service to the U.S. beginning this year. Already, about fifty U.S. satellite broadcasting signals can be picked up in Canada by cable systems or by anyone else able to afford a \$3,000 ground station.

I daresay that many of the same considerations that led Canada into the satellite age are present in the European situation. That is, broadcasting needs are not necessarily paramount. Industrial reasons having to do particularly with the aerospace industry; the need to reserve orbit slots for future use; the wish to have a strong position in negotiations on future satellite use. All these are important and valid concerns. Broadcasting services may have been a secondary consideration. But if more broadcasting services are going to be provided, there can be no doubt that satellites are the cheapest delivery system available.

The number of factors present is enough to convince me that it would be as futile to oppose the technological developments we have been hearing about than it would have been for a fourteenth century

Benedictine abbot to oppose the printing press because it might cause the disappearance of the art of illuminated manuscripts.

My second remark has to do with the well-known fact that technologists, engineers and those businessmen most concerned with these matters are almost always far ahead of those responsible for culture when it comes to technology and its potential uses. There was a time in Western history when artists and engineers, if they were not the same individuals, at least worked closely together. But a wide gulf between the two has since opened up. I think an effort must be made to bridge this gap. It is essential that people responsible for cultural programs and policy become more forward-looking and less defensive about technology, that they become more knowledgeable and more informed about the technical systems on which they depend. Conversely, I think that the technical and scientific community needs to become more sensitive to the cultural impact of technological trends. Recently, in Canada, we have placed responsibility for culture and communications within the same ministry. One small, bureaucratic, step, perhaps. But it is a step which is at least in the right direction of ending the respective solitudes of technology and art. I cannot help but think that in all countries public broadcasters, having a mandate to serve the public good, have a crucial role to play in building these kinds of bridges.

Thirdly, I think it is essential that we convince people that culture and information, and therefore public broadcasting, is worth the public investment. Technology will give more and more access to what is available from around the world either through satellites, cable or video recorders. Therefore there will be a challenge and a threat to the existing public broadcasting systems and to the indigenous cultures they represent. However, people feel they have a right to have what is available from around the world in the field of ideas and imagination, particularly when it becomes available at reasonable cost and with reasonable ease. But a society must create and not only consume; it must speak, not only listen; it must act and

not merely watch others act.

In every member of our audiences there is a consumer and there is a citizen. Experience proves that the consumer will want everything that is available at the best possible price. We, in public broadcasting, must also address ourselves to the citizen. In the present circumstances it is essential that the citizen not be cheated about what technology has to offer. It is important for the citizen to realize that choice will not come automatically with more technology. There is a price to pay. There is an investment to make. In the economics of cable and satellites there must be a built-in-price for creativity, for cultural production, for national expression, for lasting cultural meaning.

I suggested before that there are many similarities between the experience European countries have had with respect to the film industry and what will be occurring in the case of broadcasting. The policies established by European governments in the case of film expression have protected not only their own countries but also the rest of the world against the homogenization of film culture. Similar policies might be considered in the case of cable, broadcasting satellites and receiving stations, video recorders and videotapes. For example, in Canada the Broadcast Program Development Fund I mentioned is financed by a 6 per cent tax on the gross revenue of cable companies.

Fourthly, while public broadcasting needs to remain distinctive and original in each of our countries, the broadcasting world is going to become more cosmopolitan than it has been up till now. I believe however that creativity is indomitable. It is irrepressible. That is probably why, in spite or perhaps because of the great strength of the audio-visual media, we experience in all our countries more regional and local artistic activity. The New York Times recently pointed to the existence of about two thousand performing arts centres in the United States. A similar pattern exists in Canada.

Besides the fact that all countries now have their own broadcasting system, a great many countries also have a film industry. All those filmmakers want to reach world audiences and if possible to be featured at the great film festivals of the world: Cannes, Venice, Berlin. It is also worthy of note that more and more interesting films are coming from countries which were not producing films ten or twenty years ago.

The multiplication of channels, the improvement of the quality of production in many countries, the incredible increases in production costs, all these factors point towards the need for more cooperation among us as broadcasters. For public broadcasters there is a particular need to get together for the production of culturally significant programs and works of lasting value.

My fifth point springs from the previous one. It is the subject of a great amount of discussion among us and a certain amount of action. It was also one of the main topics at MIP this Spring. I refer to coproductions and exports. The context that we are discussing this morning makes these two policies necessary, indeed inevitable - even in relation to the United States!

The United States broadcasting market has been amazingly impenetrable and U.S. audiences quite insular.

I realize, to be sure, that British television has carved out a certain substantial clientele in the United States, especially for its superb historical costume dramas. But, although the audiences they draw are not small in absolute terms, they do not come close to matching in comparative terms the vast American audiences that watch the domestic product. On the whole, American audiences have over the years exhibited a strong preference for American television. Given the extraordinary productivity of the industry and the polished character of the American product, one can hardly fault them. Some may question the quality of some of Hollywood's creations. But in terms of their

production values, and their consequent attraction for mass audiences, their appeal is undeniable. Allied to this vital production industry is an immensely powerful publicity machine.

So, for all these reasons the vitality of the American production industry, the support it receives from its allies in the publicity industry, and the preferences of American audiences for clearly defined American video product - the U.S. industry has been able to maintain a level of production that has adequately filled up the programming schedules of the distribution channels within the United States itself. And, of course, this attractive product has overflowed substantially into the rest of the world, becoming a staple of television schedules almost everywhere.

I believe this situation could be about to change. And therein lies the opportunity that is the other side, the other face, of the challenge of the new technologies.

The proliferation of television channels which is occurring all over the world will not leave the United States itself untouched. Indeed, it is there where the rate of proliferation is the most rapid, with new services appearing almost monthly. To be sure, we can expect a certain amount of shakedown as broadcasters test the market; some of the new services have had a very short lifetime. But the fact remains that by the end of this decade, it is reasonable to expect that a majority of American households will have access to twenty or more channels and in some places many more.

This should create a demand for content which will tax the resources of even the video production industry of California. American broadcasters are likely to be forced to look around the world for program content, creating new opportunities for high quality production in many different countries, including, I hope, Canada. In the process, U.S. audiences may become accustomed to, and more accepting of, foreign product, which should accelerate the trend. In

short, the new technological environment has the potential for creating the situation of a more global marketplace for video production replacing the present one way street in which all the traffic flows out of the United States and very little of it in.

To continue that transportation metaphor, it might not be too far-fetched to make at least a crude and somewhat unusual analogy between our own pursuits and the world automotive industry. Twenty-five years ago it was very unusual to see a foreign-made automobile on American streets or highways. American consumer preference for American-made automobiles was so strong that the three major domestic automakers enjoyed what amounted to a shared monopoly in the United States market. Now, as we all know, the situation is quite different. Many technical and economic factors contributed to this change. But I cannot escape the impression that at least part of the reason had to do with the acclimatization of the American public to a different set of tastes, which opened up the great American market. In theory and in principle, there is no compelling reason why the same thing could not take place again in the new environment for video products. It cannot be stressed too strongly, however, that the advantages in this coming competition should not accrue exclusively to those countries which already have mature and highly developed production industries.

There is a risk inherent in a strategy aimed at the global video marketplace, including the United States. It is that producers could be tempted to tailor their work so as to reduce their authentic national character, their cultural distinctiveness. A television series modelled on "Dallas", but with Swedish actors and Swedish dialogue would not be a great contribution to Swedish nor to universal culture.

The idea must be to move toward a situation in which there is a genuine multilateral flow of video productions, in all directions -- east and west, north and south, from small country to large country, as

well as the reverse.

I think, therefore, that a bold and aggressive strategy is more than a formula for survival. I think it is a duty that broadcasters in Europe and elsewhere owe to their audiences and, indeed, to the development of world culture. I began with some reflections on the role of television in the lives of ordinary people, and I suggested that it was a very large role. Broadcasting in general, television in particular, is not always regarded as a cultural institution. But I think a good case can be made for saying that it is not just a cultural institution, but the central one of our age.

Increasingly, it forms a gigantic global network knitting the world together, bringing the cultural perspectives of the whole world in touch with each other. I believe this is a positive development, as long as it does not lead to the homogenization of cultures, but to their mutual enrichment. There is, I suppose, a certain comfort in isolation. But there is much more to be gained from allowing, even facilitating, the flow of ideas and cultural artifacts in all directions. Making that happen, taking best advantage of the opportunities presented by the new technologies, is the greatest challenge of all.

My final point is that in this new and developing context the role of the public broadcasters, while it becomes more difficult, becomes also more important. It is more difficult because very few public broadcasters perhaps will enjoy a monopoly or anything close to it. But conversely they may not have to provide all the services and amusements that broadcasting as a whole must provide. They will have to determine more precisely what their essential role is. Public broadcasters will continue to thrive if they continue to offer a service, or set of services, that nobody else can or will offer. They would put themselves in a vulnerable position if they failed to achieve an appropriate balance between the need to remain a popular medium and the necessity to offer a distinctive service.

They will have to offer a useful service, and indeed be seen as offering an essential service, for a large proportion of the population - since it is the entire population that is called upon to finance them. That may not necessarily mean competing hour after hour for the largest possible audiences. It does mean, however, keeping in constant touch with a large cross-section of the population and -- as often as possible -- simply being outstanding.



The Canadian Broadcasting System in 1985 : Enduring Principles, Unanswered Questions

An address by Pierre Juneau
President of the CBC

February 7, 1985

Canadian Club

Winnipeg

It is with pleasure that I respond today, Mr. Chairman, to the long standing invitation of the Canadian Club of Winnipeg to come and speak to you here.

There is a remarkable resemblance between the objectives of the CBC and the objectives established for the Canadian Clubs by Charles R. McCullough and his friends in 1893. Indeed part of the initial resolution that resulted in the founding of the first club reads as follows:

"Be it, therefore, resolved that this meeting proceed to the organization of a society to be known as The Canadian Club, having for its objects the encouragement of the study of the history, literature, and resources of Canada, the recognition of native worth and talent, and the fostering of a patriotic Canadian sentiment."

About the CBC, I can speak with passion, but also with objectivity since I have only been in the employ of the CBC for the last two years. Before that, like you, I was a viewer and a listener of the CBC, an outside observer, a regulator and occasionally a critic.

At all times however, and now more than ever, I have shared and admired the passion for public broadcasting in Canada of that extraordinary Westerner, Graham Spry. Indeed I have long believed that the creation of the CBC was one of the bravest and most imaginative things any government of Canada ever did. It is a tribute to the people of Canada and the government authorities of all political tendencies that the CBC has survived for fifty years as one of the main manifestations of Canadian cultural diversity.

If the CBC stands as a cultural miracle in the North American context it is also due to the efforts of thousands of writers, producers, actors, journalists, technicians, and of all those who contribute to programs as participants: civic leaders, business people, educators, community volunteers, etc.

In all, many thousands of cultural artisans of all kinds take part at any given time in CBC programming.

And each week some nine out of ten Canadians use CBC services in some way.

But paradoxically the CBC has always lived a difficult life. Why? I will mention just three reasons.

First of all, it is one of the largest journalistic organizations in the country and like any newspaper or magazine, or private broadcaster, it has to reflect what is going on in the country as honestly and as independently as it can. For instance, it has to report on municipal, provincial and federal political authorities every day, several times a day in ten provinces and two territories and from production centres in 37 cities and towns. Each day, our four radio networks, two television networks and radio and television stations across the country air a total of more than 400 local, regional, network newscasts, together with 117 hours of other information programs on television and 960 hours on radio every week.

At the same time most of the CBC's funds come from Parliament which must vote on them at regular intervals. How easy would it be to run the Winnipeg Free Press or the Globe and Mail if they were funded the same way? I grant you they have other problems, namely making a profit. So, we all have our constraints.

Over the years this question of the journalistic independence of the CBC in relation to the process by which the Corporation is funded has often been raised but never really addressed. If the mandate of the CBC is to be looked at I think it would be useful to tackle this matter. Isn't there a better method of ensuring an appropriate balance between accountability, independence and the kind of rational planning which the Auditor-General urges us to undertake?

A second problem which makes the role of the CBC extremely difficult and which at the moment threatens the very existence of the Corporation is that we simply cannot afford to produce enough good Canadian network television programming. U.S. programs are pouring into Canada from U.S. stations, cable, satellites and Canadian commercial stations. I am not advocating rigid controls. However, budgets of U.S. programs are the highest in the world: often \$1 million per hour. We can and do make competitive Canadian programs. But by comparison the relative size of the overall Canadian market has meant that Canada has not been able to finance enough Canadian programs to offset the hundreds of easily available U.S. programs.

Another aspect of the difficult mandate of the CBC is the size and diversity of the country and the cost that results from that situation.

An organization funded from the taxes of all Canadians wherever they may live is required to provide adequate services all over the country. Thus the CBC now has 67 radio stations and 30 television stations operating in English or in French across the country. It also has approximately 1,300 radio and TV transmitters across the country, including the North; that is more transmitters per inhabitant than any other broadcaster in the world.

These are probably the three main problems which the country faces at the moment concerning the CBC. One, the implications of the way the CBC is financed; two, the question of television network programming in the face of the immense challenge of U.S. programs; three, the nature of its regional mandate. There are other problems of course, but they are not as difficult.

But let me return first to our regional mandate.

Geographic, economic and cultural diversities are a fact of life in this country. They will not disappear. Obviously one role of the CBC is to link the country together like the railroads and the telegraph. But our regional obligations are also stated very clearly in the Broadcasting Act which says: "The national broadcasting service should be in English and French, serving the special needs of geographic regions, and actively contributing to the flow and exchange of cultural and regional information and entertainment".

This aspect of the CBC mandate creates important financial obligations of course. But it reflects a fundamental aspect of the country.

Whenever I am able to break free from the Ottawa-Toronto-Montreal triangle and move around more widely in Canada I often detect among

some Canadians (and more of them as I move further West), a fear that the CBC is excessively centralist, too close to the interests of Montreal and Toronto and paying too little attention to the regional factor in our confederation.

I will not claim that we are without fault in this respect but I want to assure you of my adherence, that of our Board, our management and our producers to the spirit expressed in the Broadcasting Act about the regional role of the CBC.

There are three essential tests against which we must continuously measure ourselves:

- 1) Are we exposing to the whole country a national picture as seen through the eyes of Canadians in each part of the country?
- 2) Are we exposing to all Canadians what is unique and distinctive to each region, contributing to the national understanding of all the parts of the confederation and strengthening the complex nature of our culture?
- 3) Are we exposing to the citizens of each region a reflection of their own life within their own communities, going to the roots of those communities and satisfying the sense of shared experience that forms the texture of life in that region.

If we meet these tests, then we are in fact adding powerfully to the sinews which bind the Canadian confederation together. That certainly is my understanding of the CBC's obligation and purpose.

Perhaps the easiest yardstick for the measurement of a broadcaster's involvement with the surrounding community is the size of the audience for local news programs.

I take great pride in the fact that the CBC Winnipeg's local news program 24 HOURS leads the local news services at 6:00 p.m. every night. Its success is due to its ability to reflect accurately and distinctively the life of the community to itself.

Some people say the CBC should not be "local". What does that mean? In Manitoba for instance, does it mean talking about all the rest of the province as a whole but not about Winnipeg which contains half the population of Manitoba? How could 24 HOURS do its job properly if those were the rules of the game?

No city of comparable size in Canada can claim a more effective and distinguished artistic and cultural community than can Winnipeg. There is a richness and diversity in the creative life of Winnipeg that surpasses all comparison with the city's size or wealth. This is exemplified by our Portage Avenue neighbours the Royal Winnipeg Ballet, the Winnipeg Art Gallery and the University. They are the pride of all who live here and the envy of those who do not.

The ethnic complexion of Manitoba is justly celebrated as one of the province's great strengths. The mixture of cultures which came together in the beginning and have blended to give Manitoba its wonderfully varied society holds for us, in the CBC, another powerful stimulation again supporting our essential role in the reflection of the Canadian fact.

You may be aware that 1985 marks the 25th anniversary of French television in Manitoba.

The arrival of French television was invaluable in the development of this large French-speaking community, and essential to the safeguarding of its cultural identity.

I would like to mention that we are especially proud of the quality of the French services production teams in Manitoba, in both radio and television.

As I said a moment ago, the CBC now operates 67 radio stations and 30 television stations either in English or in French, with constant demands from members of Parliament or members of provincial legislatures or mayors for more stations and transmitters, even when our budget is being cut.

That does not mean that the CBC is present in every locality. There are 36 Canadian centres of 25,000 people or more where the CBC has neither a radio nor a television station. In Manitoba, the Corporation has only one originating radio and TV station in each official language plus a small production unit in Thompson, serving a million people. We have the same number of stations in British Columbia, to serve nearly three million people.

The CBC also provides radio and television service to Northern Canada in English and French, and radio in nine native languages as well.

By the way you will not be surprised to know that nobody is offering to buy these particular operations of the CBC!

In a very good study of government expenditures entitled How Ottawa Spends, Carleton University professor Bruce Doern said that the CBC was "over-mandated and under-financed". And this is now being repeated by a lot of people. In other words, they say, the CBC is being asked to do too many things. Times have changed. Some things should be dropped.

The problem, however, is that it is not easy to find the CBC services which people would agree to cut. Should we discontinue the stereo network? Should we forget the 30,000 natives and the 38,000 other

Canadians who live rather isolated lives in the North? Should we broadcast only in one language? Should we cancel the international service?

I don't think there would be a consensus on any of these ideas.

Given the highly regional character of the country I can't imagine either that people would agree that regional services should be shut down, drastically reduced or sold to commercial enterprises.

I referred a moment ago to the view that the CBC's role is simply to link the different parts of the nation together and that it need not provide what some people call "local" service.

Right now, some parts of the country are not served by a CBC owned-and-operated station but by an affiliated station.

This is the case for some quite important centres like Brandon, Saint John, New Brunswick or London, Ontario. Many of these stations, like Brandon, are providing a good service. However, the difference between a CBC-owned station and an affiliated station is, of course, that affiliated stations carry fewer Canadian programs and a greater number of U.S. programs because they have to make a profit to stay in business. Should we turn to a system where CBC stations would be

sold and replaced by local commercial stations affiliated to the CBC?
I suggest this would be turning the clock back 30 years.

Besides, who would want to buy our stations serving French or English minorities, our stations in more isolated areas, or in smaller markets like Prince Rupert, Sudbury, Rimouski, Sept-Iles, Sydney or Cornerbrook? Don't hold your breath!

In this respect, I was not surprised, but I was certainly pleased, to hear the Prime Minister say that the CBC is not for sale.

Let me now come to network television. I receive a lot of suggestions in the mail as to how to reduce costs and improve the CBC. Almost all of them have to do with our English television network. People really want to help but the problem is that almost all suggestions I read about represent additional costs, not lower costs.

Why are you in sports, they say, since other stations provide sports? Indeed we should have less sports. But Canadians love sports and we don't want to cut ourselves away from that audience; second, almost all our sports programs are Canadian and finally, sports programs are much less expensive than the programs that would be needed to replace them. Their cost is also reduced because they bring in a lot of advertising revenue.

Why don't you drop advertising? For many reasons: it's a service to an important part of the Canadian community; CBC is still considered one of the best advertising media in the country, and advertising contributes close to \$200 million to the cost of programs.

Why don't you drop those U.S. programs? That is exactly what we want to do. Except that it does not save money. It costs money: producing equivalent Canadian programs costs between five and ten times more than bringing in American programs that have already paid for themselves in the U.S. market.

Does all this mean the status quo? Certainly not. I think the CBC has had a pretty clear idea for a number of years about where it should go. My predecessor, Al Johnson, has often spoken quite precisely about this. So have I.

The CBC must change and it is changing. There are several fundamental directions in which I want to see those changes go.

First, I feel very strongly that the CBC must be seen as - and must be - an organization totally dedicated to service; service to this country, to the future of this country, to the people of this country, people who form a sovereign society but who also are separate and free individuals.

Talking about service, I totally agree with the conclusion of an otherwise somewhat critical editorial in the Winnipeg Free Press, published on December 13, 1984, which said:

"The CBC has performed an immense service for Canada over the years. Anyone who kept his radio tuned to CBC radio all day long would end up extremely well-informed and sometimes entertained. The CBC's approach to public affairs has been energetic, innovative and often surpassingly good. If its entertainment and culture offerings tend to be more spotty, it still has much to be proud of.

The CBC is facing important decisions about its future role and funding. More than ever, it will need the support and understanding of ordinary Canadians. That support and understanding will be put at risk if the privileged people who get their voices heard on the air and their faces seen on the screen leave the impression that the CBC exists primarily for their benefit, not for that of the country."

We must seek every possibility of building bridges that link the diverse parts of Canadian society, of helping the country to resolve its problems. The media do have a tendency to denounce and pursue wrongdoings in society. They seem to have inherited the mission that used to be the prerogative of the clergy, which is perhaps quite normal since people who make mistakes are not usually too eager to talk about them.

I think it's time for us to take up some of the difficult topics which are not typically the subject of media attention, and to deal with them in an analytical manner, concentrating on the development of solutions, not just of criticism.

The fact is that we do face fundamental problems which are recognized by all sectors of Canadian society and are very difficult to resolve: structural unemployment; the reorientation, education and training of our manpower; productivity; the development of foreign markets; the physical and mental health of our senior citizens, the economic and political importance of developing countries for Canada, to cite a few examples.

The national broadcasting service - I insist on the word service, which is how the CBC is described in the Broadcasting Act - must be closer to such issues. It must be more attentive to them. It must deal with them more systematically.

Not that there aren't important efforts in that direction now, of course. For example, the decision of our English television network recently to devote a whole week of information programs to Africa was typical and something I was very proud of. I would point also to the efforts of our new national television program on business called VENTURE which attempts to understand and interpret to its audience the role of business in Canada.

Another example of dedication to service, and not self service, is the obligation to be scrupulously fair in presenting facts, opinions and ideas in our programs. I think the CBC record in this respect matches that of the best media in the country, but because we enjoy such enormous power in radio and in television we should be above reproach.

The second area of change is that of value for money, taxpayers money. I would like to see the disappearance of every possible reason or pretext for not providing the CBC with the means it needs to do a completely satisfactory job in programming. Therefore, I would like to see the CBC and all the staff of the CBC recognized for good management of public funds as much as they are for the quality of programs.

It is a task we are now pursuing with determination and enormous progress has been made. In fact, some of the clichés I hear in this respect are becoming quite insulting, irrelevant and sometimes downright dishonest. They totally ignore the efforts we have made and are making to eliminate unnecessary expenditures, increase productivity and follow up on the many constructive recommendations contained in the Auditor-General's recent report on the CBC. I think they have become a pretext for not facing the CBC question frankly and realistically. There will always be the occasional disquieting financial story in institutions like the CBC. It is not manufacturing tin cans or plastic bags. But such stories should not obscure the genuine efforts which are being made to run a more efficient organization giving full value to the taxpayer.

Let me remind you that, after the recent cuts, the CBC will have absorbed well over \$420 million over the last seven years. That is more than 60 million dollars a year. A very significant part of that money has gone to offset non-discretionary and non-productive expenses such as inflation, the lower purchasing power of the Canadian dollar, increased municipal taxes and so on, for which the government does not fully compensate us. The rest of it - millions of dollars - has been ploughed into new or improved programming such as THE NATIONAL, THE JOURNAL, LE TÉLÉJOURNAL, and LE POINT, and the new drama programming we have been commissioning from private producers.

Change, very important change, is also imperative in television network programming on both our English-and our French-language networks. In fact, unless we can find the ways to generate more and better programming for our television networks, the survival of the CBC as a whole may be in jeopardy. This is not a new problem. It is, and has been for many years, the most important problem affecting the whole of Canadian broadcasting.

I'm pretty sure that if we in Canada could resolve the problem of CBC television programming we would have resolved a large part of the problem of Canadian broadcasting.

As to radio, testimonies abound that CBC radio is one of the best in the world. Almost everybody agrees about this. It is depressing that we now have to stall its progress, if not reduce its quality, because of our financial difficulties.

I am confident that a corporation capable of developing CBC radio is also capable, with the help of all the talent there is in Canada, of giving Canada a first class television service. Our television successes already testify to this.

I sometimes wonder if the reason we continue to quarrel uselessly about CBC television is that we don't want to face a reality that is totally obvious. It stares us in the face.

Why is CBC radio successful? Because it is two radio networks, AM and FM, which offer a service that is broad enough to interest a large diversity of Canadians. Because it is a highly Canadian service and highly different from that of other stations. It responds to a real need for unbiased and enlightening information and discussion, a constant investigator of the world of ideas and a rich provider of the immense treasures of the great literature and music of the world and of Canada. CBC radio, therefore, is not just a convenience, it is a necessity.

In French television we have achieved some very interesting results, partly because French-speaking producers, artists, writers and performers have managed to produce enough programs of direct relevance and interest to the French-speaking audience, and also because our competitive situation in French is different. Still there is a need also for important change in French television.

But let's look at the facts in English TV.

The problem there is clear. We know what it is. CBC English television is not Canadian enough. It is not different enough from Canadian private television and from American television and therefore it does not appear as being indispensable. Why is this? Because we can't afford to be different. We are different but not different enough. Where we are different, we are very successful. Our news and public affairs programs are abundant, relevant and good. We have more prime time information programming relevant to the country than probably any other network in the western world. Certainly much more than the big U.S. networks and more even than PBS.

Very successful programs: THE NATIONAL and THE JOURNAL for instance, sometimes reach - each of them - more than two million people per weekday evening. LE TÉLÉJOURNAL and LE POINT reach another three quarters of a million Canadians every weekday. In fact, our TV news programming in a typical week reaches more than ten million Canadians.

The problem is drama and entertainment. We cannot afford to produce ourselves, or co-produce with private producers or buy enough programs telling stories about Canada or Canadians.

We all know that television is the dominant form of entertainment now for people in the western world. On average, Canadians watch television for 23 hours a week. What are they watching? Let me for a moment compare the situation in three countries with which we are all familiar: the United States, Great Britain and Canada.

In the United States this week, three powerful commercial networks will each transmit 22 hours of prime-time programming. Taking out the occasional information program you are left with the fact that CBS, NBC and ABC together program close to 60 hours each week of comedy and adventure programming.

Many are excellent programs. All feature Americans, speaking of American experiences.

Now look at Great Britain. This week on their four television networks, British viewers can see close to 30 hours of indigenous drama. On the BBC this week you will see 15 plays, adventures and situation comedies - stories about Whitehall and Scotland Yard -

comedies set in London and Glasgow. Side by side on the commercial networks there are another 15 shows running the gamut from comedy to high drama.

What do we have this week in Canada? The CBC is the only English national broadcaster which regularly presents dramas by and for Canadians. And our output in even this prime time of winter weeks amounts to less than four hours of Canadian drama. On Sunday evenings we manage our best effort with three major series - THE BEACHCOMBERS, SEEING THINGS and FOR THE RECORD. On Monday evenings we also do well with two Canadian family programs - HANGIN' IN and DANGER BAY. But then the famine sets in. Except for one program on Thursday evening, JUDGE, we are without drama again until the following Sunday. All told we manage six occasions this week when Canadian themes and Canadian actors occupy your screen. And this is an exceptional week: for instance, we only produce eight episodes of SEEING THINGS a year.

In a more typical week the CBC schedule may be filled with repeats and have only one "first" showing of a program for every two drama slots. And, of course, we are only able to produce three or four major "quality" dramas each TV season; for example, this year FOR THE RECORD has only five original episodes. All told, CBC is only able to offer the Canadian English TV viewer less than two hours of original Canadian drama in an average week.

The result is that in total, a maximum of about 4 - 5% of the stories presented to Canadians on English television is Canadian - no more than one in twenty. Almost 95% of them are American. That's what we see on our television screens. That's what our children see.

I'm not suggesting that watching American programs is wrong, not at all. I am saying that Canadians watch them because they do not have any such Canadian programs to watch. When they get them they watch them, whether it's a sitcom such as SEEING THINGS, or serious drama such as THE OTHER KINGDOM, CHARLIE GRANT'S WAR, GENTLE SINNERS or THE TIN FLUTE.

How marvellous it would be to have a series portraying the jolts and humour of a Canadian farm-club hockey team - incidentally we have at least two scripts in development - or the characters of a Prairie town. Surely the legends of W.O. Mitchell live on!

We are having great success this season with television movies - drawing attention to unknown Canadian heroes like Charlie Grant, chronicling the traumas of growing up in the West like GENTLE SINNERS, based on the book by Winnipeg's W.D. Valgardson and filmed in your own inter-lake district. By the way, GENTLE SINNERS drew 2.2 million viewers - an enormous audience for a Canadian program and more viewers than we get for most of our U.S. shows.

Looking back I am immensely proud of the slice of Prairie life we filmed in CHAUTAUQUA GIRL, the epic quality of RIEL, the feel of Montreal in THE TIN FLUTE or Quebec City in LE CRIME D'OVIDE PLOUFFE.

Here are some of the Canadian stories from all over the country that we want to tell in the next year or two:

ISAAC LITTLEFEATHERS

Shot last summer in Alberta. A warm and touching drama about the relationship between a young Metis boy and the widowed Jewish storekeeper who adopts him.

MY AMERICAN COUSIN

Set in the summer of 1959. A delightful comedy about an almost-teenage girl from the Okanagan Valley of British Columbia and her handsome and worldly American Cousin.

LABOUR OF LOVE

The setting is a small town in New Brunswick. The story mixes a romantic triangle with an apparently modest labour dispute.

SAMUEL LOUNT

R.H. Thompson who recently starred in CHARLIE GRANT'S WAR brings the story of Samuel Lount's conversion from pessimism to action to life in this very exciting drama set in 1937.

ANNE OF GREEN GABLES

Lucy Maude Montgomery's beloved classic novel about a mischievous, talkative, red-headed girl.

TRUE CONFECTIONS

The comic adventures of a teen-age girl as she struggles to make what she assumes will be the last decision of her life -- whether to marry by fall or to go to university -- and hence whether to stay forever in her home town community or escape from it for good. Set in Winnipeg in the late 1950's and based on the novel by Sondra Gotlieb.

JOHN AND THE MISSUS

Gordon Pinsent's heart-warming and heart-breaking story of the death of a small Newfoundland town and the stubborn charismatic man who tries to keep the town alive.

THE BLACK DONNELLYS

A six-part mini-series chronicling the mid-19th century immigration of this Irish family to Ontario. Full of passion and vigour.

GLORY ENOUGH FOR ALL

The dramatic, complex story of Frederick Banting and the discovery of insulin. Based on Canadian historian Michael Bliss's very challenging books on the subject.

CREE, THE LAST WAR CRY

Based on the rich and mystical novel by Rudy Wiebe, Peter White's script powerfully dramatizes the last struggle of the Canadian Plains Indians to maintain their place in the sun. A six-hour mini-series.

THE COMPANY OF ADVENTURERS

The epic struggle between the two great fur trading empires - the North West Company and Hudson's Bay Company - forms the vivid background for this compelling tale of a vast, unmapped land and the partnership and rivalries, the hatreds and loves of its native Indians, of the French, Scots and English entrepreneurs and of the first settlers in the West who braved terrible hardships to establish the Red River Colony.

And there is much more to do!

We want to reflect to the whole Canadian audience the genius of our regional theatre. I am delighted that we have been able to do some of this in recent years - by showing you Vancouver's wonderful MA MURRAY; St. John's marvellous re-creation of the Joey Smallwood legend, and the unforgettable LA SAGUINE from New Brunswick. This season our schedule includes Edmonton's PRAIRIE CHURCH and from Theatre London, WAITING FOR THE PARADE. We value our relationship with the major performing companies bringing you the best of Stratford and of

the Shaw Festival which we are proud to add to our roster with next week's presentation of BIRDS OF A FEATHER. But how much more there is to do! Beyond BILLY BISHOP GOES TO WAR and KING OF FRIDAY NIGHT (which you'll see next spring), there are the other creations of John Gray. Will we have his Don Messer on our screen? I believe there are at least ten occasions each year when the best products of Canadian theatre should be represented on CBC television.

Again I emphasize that my concern is not that we are watching American stories on our own screens. It is that we are not telling all those Canadian stories that are worth telling and watching, stories that must be told, stories that beg to be told.

So many changes are required, all related to this main objective of making CBC television more distinctive and really indispensable. We need to cooperate much more with performing groups across the country in theatre, dance, music and opera; don't forget that one million viewers for a television performance is the same as filling a 3,000-seat theatre every night for a year, with people from all over the country.

We must look for a better balance in commercial policy. We must sell hard when commercials are appropriate but reduce or eliminate them when they are not.

The foreign programs we schedule should include more British and European productions.

We must greatly increase our work with private program producers in every part of the country so as to reach our goal of obtaining 50% of our prime time drama and entertainment programming from the private sector.

And we want to find every possible way of cooperating with provincial broadcasting entities wherever they exist.

We have a very large country. We are geographically far apart. We have different languages and different cultures. Our economic problems are difficult because we are not numerous and we form a small market. Therefore, we need one another. We need to know and appreciate one another in spite of distances and differences. Television can help us powerfully in this respect. News and information programs are indispensable to keep our minds clear about what is going on here and around the world. But stories, fiction, drama deal with our past, our emotions, our dreams, our passions, our weaknesses, our strengths - as people, as individuals. They are a powerful means of communication not just with adults but also with children. Stories help see behind the appearances that make us different and help us to understand our disparities and our similarities. For our children, they explain the past, the world around them and stir the imagination for the future.

And we also need to have fun together. We need to laugh together.

I'm not suggesting we need a government 'policy' to approve of this. Neither can we legislate good novels, plays or short stories. But any country and especially a great democracy like ours should quite naturally encourage its print or TV dramatists and other story tellers, and one of the ways of providing that encouragement is to ensure that the national broadcasting service has the funds to play its part.

We hear references these days to the need for reconciliation in Canada. Yes, there is a need. And television can be one of the most effective means to help Canadians better to appreciate one another. Not by preaching. Just by telling their stories, showing their talent with sensitivity, with understanding, with imagination.

Again I say there is no mystery about the so called CBC issue. It has been clear for a number of years. The trouble is that we say one thing and do another.

Compare the facts that I have just given you with the paragraphs of the Broadcasting Act which say that "the Canadian broadcasting system should be effectively owned and controlled by Canadians so as to safeguard, enrich and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada", and that the programming should be of "high standard using predominantly Canadian creative and other resources."

Have we been deceiving ourselves all these years? Is it not time that we face the facts and that we drop the lip-service we have been paying to the importance of Canadian broadcasting and start being more consistent with our principles.

There is currently a lot of talk about reviewing the mandate of the CBC. By all means let us consider what changes may be necessary. However, let us beware of the empty cliché that technology has rendered our traditional broadcasting principles obsolete. It has made them more important. Let us beware of tinkering that would lead to an abdication of responsibilities and an admission of defeat. Letting down Canadian talent, letting down regions, letting down a difficult but indispensable tradition of Canadian broadcasting.

I have advocated changes here today, some of which affect attitudes on our part in the CBC: a greater consciousness of the fact that we are a service to the people; a high consciousness of the need to provide people with the best possible value for the funds provided to us; the importance of reviewing the financing of the CBC in view of the need for its independence in the field of information and the circulation of ideas; the need to make CBC television stronger - both regionally and nationally; making it more Canadian and more distinct from a broadcasting environment in Canada that is overwhelmingly foreign; the need to ensure the progress of CBC radio, not its deterioration.

I want you to know, I want the public to know, that we in the CBC are working to bring about the changes that are within our power. I am sure we will. And we are quite prepared to be accountable in this respect.

It has been my view and that of the CBC Board of Directors that the CBC should accept a cut in its budget as part of the government's overall program to reduce public expenditures. I made it clear, however, that the impact of the cut would be severe and that it could not be achieved without some painful surgery and reduction of service.

As far as is possible we have made the reduction by eliminating non-essential administrative expenditures. There will, no doubt, always be ways to make further savings. But unless those savings are reinvested in programming - rather than taken away - we will be unable to find the means to fulfill the mandate Parliament has placed upon us. As they say in Newfoundland, we're eating our own seed potatoes!

The Canadian stories are there to be told.

The craftspeople needed to transform those stories into distinctive, exciting television are in place, both within the CBC and in the private sector with whom we work.

I believe that Canadians want their children to know more of the rich experiences of this country - not less.

I believe that Canadians are going to want at least one clear strong Canadian voice on television amidst the myriad of other available voices.

But we cannot offer this programming - and the other services that you and others keep telling us you want - if we continue to suffer budget reductions as we have over the last seven years which thwart our ability to plough needed resources into current high priority program development.

Today, I have attempted to express to you the changes which I believe are necessary to preserve and implement the traditional principles upon which our national broadcasting system is based - principles which are indispensable to meet the challenges of the present. The wise, courageous 1893 words of the Canadian Club, which technology has not rendered obsolete, expressed the essence of those principles well: "The recognition of native worth and talent and the fostering of a patriotic Canadian sentiment".



Le système canadien de radiodiffusion en 1985 : principes constants et points d'interrogation

Une allocution de Pierre Juneau
Président de la Société Radio-Canada

Le 7 février 1985

Canadian Club

Winnipeg

Monsieur le président, c'est avec plaisir que je réponds à l'invitation de longue date du Canadian Club de Winnipeg, et que je prends aujourd'hui la parole devant vous.

Il existe une ressemblance frappante entre les objectifs de la Société Radio-Canada et ceux que Monsieur Charles R. McCullough et ses amis établissaient en 1893 pour le Canadian Club. En effet, dans la résolution initiale qui s'était concrétisée par la fondation du premier Club, on peut notamment lire ce qui suit:

"Qu'il soit donc résolu que cette assemblée entreprenne l'organisation d'une Société qui sera connue sous le nom de Canadian Club, et qui aura pour objectifs d'encourager l'étude de l'histoire, de la littérature et des ressources du Canada, de faire reconnaître la valeur et le talent des habitants du pays et de stimuler le sentiment patriotique des Canadiens."

Je peux vous parler de Radio-Canada avec passion, mais avec objectivité également, car je ne travaille pour cette Société que depuis les deux dernières années. Avant ça, comme vous, je regardais et j'écoutais

Radio-Canada, j'observais de l'extérieur, je règlementais et, à l'occasion, je critiquais.

Mais depuis toujours, et aujourd'hui plus que jamais, je partage et j'admire la passion qu'entretenait pour la radiotélévision publique du Canada, ce remarquable personnage de l'Ouest qu'était Graham Spry. En effet, je crois depuis bien longtemps que la création de la Société Radio-Canada représente l'une des actions les plus audacieuses et les plus imaginatives qu'ait jamais accomplies un gouvernement canadien. Le fait que Radio-Canada demeure, après 50 années, l'une des principales manifestations de notre diversité culturelle constitue un éloquent témoignage d'appréciation envers le peuple canadien et les autorités gouvernementales de toutes les tendances politiques.

Si Radio-Canada ressort comme un miracle culturel dans le contexte nord-américain, c'est également grâce aux efforts de milliers d'auteurs, de réalisateurs, d'acteurs, de journalistes, de techniciens et de tous ceux et celles qui participent aux émissions: personnalités politiques, gens d'affaires, éducateurs, travailleurs bénévoles, etc.

A tout moment donné, des milliers d'artisans culturels de toutes spécialités contribuent à la programmation de Radio-Canada.

Et chaque semaine, environ 9 Canadiens sur 10 utilisent les services de Radio-Canada, d'une façon ou d'une autre.

Mais, paradoxalement, Radio-Canada a toujours eu la vie difficile. Et pourquoi donc? Je ne mentionnerai que trois raisons.

Premièrement, la Société Radio-Canada est un des organismes journalistiques les plus importants du pays, et comme n'importe quel quotidien ou magazine, comme tout diffuseur privé, elle est tenue de rapporter ce qui se passe dans le pays de la façon la plus honnête et la plus indépendante possible. Elle doit, par exemple, informer les gens sur ce que font les autorités politiques municipales, provinciales et fédérales, jour après jour, plusieurs fois par jour, dans dix provinces et deux territoires et à partir de centres de production situés dans 37 villes différentes. Chaque jour, nos quatre réseaux de radio, nos deux réseaux de télévision et nos stations de radio et de télévision de tout le pays diffusent, au total, plus de 400 bulletins de nouvelles locales, régionales et nationales. Ils mettent en ondes également, chaque semaine, 117 heures d'émissions d'information plus générales à la télévision et 960 heures à la radio.

En même temps, Radio-Canada est principalement financée par des crédits parlementaires qui font périodiquement l'objet de votes. Serait-il facile de gérer le Winnipeg Free Press ou le Globe and Mail s'ils étaient financés de la même façon? Mais, me direz-vous, ils ont d'autres problèmes; ils doivent faire des bénéfices. Ce qui prouve que nous avons tous nos contraintes.

Au cours des années, on a souvent invoqué la question que pose l'indépendance journalistique de Radio-Canada, étant donné le mode de financement de la Société; mais rien n'a jamais vraiment été réglé. Si l'on doit reconsidérer le mandat de Radio-Canada, je pense qu'il serait utile de s'attaquer à ce sujet. N'y a-t-il pas de meilleure façon d'assurer un bon équilibre entre l'imputabilité, l'indépendance et le genre de planification rationnelle que le vérificateur général nous recommande instamment d'entreprendre?

La deuxième raison qui explique l'extrême complexité du rôle de Radio-Canada et qui, pour le moment, menace l'existence même de la Société toute entière, c'est que nous ne pouvons tout simplement pas nous permettre de produire suffisamment de bonnes émissions canadiennes pour nos réseaux de télévision. Les stations américaines, le câble, les satellites et les stations commerciales canadiennes déversent des quantités innombrables d'émissions américaines sur le Canada. Je ne dis pas qu'il faille recourir à un contrôle rigide pour freiner ce mouvement. Mais il faut reconnaître que les émissions américaines sont celles qui ont les plus gros budgets au monde - nombre d'entre elles coûtent un million de dollars l'heure - et qu'il est donc difficile de leur faire concurrence. Certes, nous pouvons réaliser des émissions qui soutiennent la concurrence, et nous le faisons. Toutefois, étant donné la relative étroitesse de son marché intérieur, le Canada n'a pu financer suffisamment d'émissions canadiennes pour contrebalancer les centaines d'émissions américaines qu'il est si facile de se procurer.

La taille et la diversité du pays, et donc les coûts que cette situation entraîne, compliquent également le difficile mandat de Radio-Canada.

On s'attend qu'un organisme financé par les impôts de tous les Canadiens, où qu'ils vivent, fournisse des services adéquats à toutes les régions. Ainsi, Radio-Canada exploite actuellement, un peu partout au pays, 67 stations de radio et 30 stations de télévision, en français ou en anglais. Elle possède environ 1 300 émetteurs radio et TV dans tout le Canada, y compris dans le Nord - soit plus d'émetteurs par habitant que tout autre diffuseur dans le monde.

Ce sont là probablement les trois grands problèmes qui se posent au pays en ce qui concerne Radio-Canada. Premièrement, les conséquences découlant de son financement; deuxièmement, la question de la programmation réseau à la télévision, face au défi énorme que représentent les émissions américaines; troisièmement, la nature de son mandat régional. Bien sûr, il existe d'autres problèmes, mais ils ne sont pas aussi difficiles à résoudre.

Mais revenons d'abord à notre mandat régional.

Les diversités géographiques, économiques et culturelles sont une réalité de notre pays. Elles ne disparaîtront pas. De toute évidence, un des rôles de Radio-Canada consiste à relier les diverses parties du

pays, à l'instar du chemin de fer et du télégraphe. Mais nos obligations à l'égard des régions sont également très clairement énoncées dans la Loi sur la radiodiffusion qui stipule notamment: "Le service national de radiodiffusion devrait être de langue anglaise et de langue française, répondre aux besoins particuliers des diverses régions et contribuer activement à la fourniture et à l'échange d'informations et de divertissements d'ordre culturel et régional."

Cet aspect du mandat de Radio-Canada implique bien entendu d'importantes obligations financières. Mais il reflète un aspect fondamental du pays.

Chaque fois que je réussis à quitter le triangle Ottawa-Toronto-Montréal et à me rendre dans d'autres régions du Canada, je m'aperçois que certains Canadiens (et ils sont de plus en plus nombreux à mesure que je me déplace vers l'Ouest), s'inquiètent parce que Radio-Canada est trop centraliste, qu'elle prend trop à coeur les intérêts de Montréal et de Toronto et ne se préoccupe pas suffisamment du facteur régional dans notre pays.

Je ne prétends nullement que nous n'avons rien à nous reprocher à cet égard, mais je tiens à vous assurer que notre Conseil d'administration, notre haute direction, nos réalisateurs et moi-même respectons l'esprit de la Loi sur la radiodiffusion qui détermine le rôle de Radio-Canada à l'égard des régions.

Il y a trois grands critères en fonction desquels nous devons continuellement nous évaluer:

1. Offrons-nous au pays entier une image nationale fidèle à l'idée que s'en font les Canadiens de toutes les régions?
2. Présentons-nous à tous les Canadiens ce qui est unique et particulier à chaque région, contribuons-nous à la compréhension nationale de toutes les composantes du pays et raffermissons-nous la nature complexe de notre culture?
3. Offrons-nous aux citoyens de chaque région le reflet de leur propre vie, dans leur propre collectivité; puisons-nous aux racines-mêmes de ces collectivités, et réussissons-nous à satisfaire le sens du partage de l'expérience qui forme le tissu de la vie régionale?

Si nous répondons à ces trois critères, alors j'affirme que nous contribuons vigoureusement à renforcer nos liens. C'est ainsi que je comprends la raison d'être de Radio-Canada.

Pour savoir si un diffuseur contribue vraiment à la vie de la collectivité qu'il dessert, il suffit probablement de mesurer la taille de l'auditoire qu'attirent ses émissions d'information locales.

Et je suis très fier de constater que, chaque soir à 18 heures, c'est l'émission de Radio-Canada de Winnipeg 24 HOURS qui se place en tête des émissions d'information locales. Si elle plaît autant, c'est parce qu'elle réussit à refléter de façon précise et distincte la vie de la collectivité.

Certains affirment que Radio-Canada ne devrait pas être "locale". Mais qu'entend-on exactement par là? Cela veut-il dire qu'au Manitoba, par exemple, nous ne devrions parler que de la province en général et non de Winnipeg où l'on trouve pourtant la moitié de la population manitobaine? Comment l'émission 24 HOURS pourrait-elle faire un aussi bon travail si c'était là les règles du jeu?

Aucune ville canadienne de taille comparable ne peut prétendre posséder une communauté culturelle et artistique plus dynamique et plus remarquable que celle de Winnipeg. Il y règne une créativité dont l'abondance et la diversité dépassent tout ce que l'on pourrait attendre, compte tenu de la taille ou de la richesse de cette ville. Je prends à témoin nos voisins de l'avenue Portage, le Ballet Royal de Winnipeg, la Galerie d'art et l'Université. Ces institutions sont la fierté de tous ceux qui vivent ici, et font l'envie des autres.

C'est à juste titre que l'on voit dans la diversité ethnique du Manitoba l'une des grandes forces de cette province. Ce mélange de cultures qui ont convergé pour se combiner petit à petit et créer la

merveilleuse diversité de la société manitobaine constitue un autre puissant stimulant pour nous, à Radio-Canada. Il vient confirmer, encore une fois, notre rôle essentiel qui est d'être le miroir de la réalité canadienne.

Vous savez peut-être que 1985 marquera le 25^e anniversaire de la télévision française au Manitoba.

L'arrivée de la télévision française a été un atout précieux dans le développement de cette importante communauté francophone, en même temps qu'un outil indispensable à la sauvegarde de son identité culturelle.

J'aimerais souligner que nous sommes particulièrement fiers de la qualité des équipes de production des services français au Manitoba, tant à la radio qu'à la télévision.

Comme je le mentionnais il y a un instant, la Société Radio-Canada exploite actuellement 67 stations de radio et 30 stations de télévision en français ou en anglais, et les députés fédéraux et provinciaux, ainsi que les maires, ne cessent de nous demander d'autres stations et d'autres émetteurs, alors même que nous subissons des compressions budgétaires.

Cela ne signifie pas que Radio-Canada est présente dans chaque localité. Le Canada compte 36 villes de 25 000 habitants et plus où

Radio-Canada n'a de station ni de radio ni de télévision. Au Manitoba, la Société n'a qu'une station de radio et de télévision dans chacune des deux langues officielles, plus un petit centre de production à Thompson, desservant ainsi un million de personnes. Avec le même nombre de stations en Colombie-Britannique, Radio-Canada dessert près de trois millions de personnes.

Radio-Canada assure également un service de radio et de télévision dans le Nord du Canada, en français et en anglais, ainsi qu'en neuf langues autochtones à la radio.

Au fait, vous ne serez pas surpris d'apprendre que personne ne propose de racheter ces centres d'exploitation!

Dans une excellente étude qui portait sur les dépenses du gouvernement, intitulée "How Ottawa Spends", le professeur Bruce Doern, de l'Université Carleton, déclarait que Radio-Canada était "surmandatée et sous-financée". Et bien des gens sont de cet avis. En d'autres mots, ils disent que l'on demande à Radio-Canada de faire trop de choses. Les temps ont changé. Il faudrait abandonner certaines activités.

Or, le problème c'est qu'il n'est pas facile de trouver des services de Radio-Canada que les gens accepteraient de perdre. Devrions-nous arrêter d'exploiter notre réseau stéréo? Devrions-nous oublier les 30 000 autochtones et les 38 000 autres Canadiens qui vivent

relativement isolés dans le Nord? Devrions-nous diffuser en une seule langue? Devrions-nous supprimer le service international?

Je ne pense pas qu'aucune de ces idées puisse faire l'unanimité.

Étant donné le fort caractère régional du Canada, je ne pense pas non plus que les gens seraient d'accord pour que l'on ferme des services régionaux, pour qu'on les réduise radicalement ou qu'on les vende à des entreprises commerciales.

Comme je l'ai mentionné précédemment, certains considèrent que le rôle de Radio-Canada consiste tout simplement à unir les différentes parties du pays, et qu'il n'est donc pas nécessaire d'offrir ce que certains appellent un service "local".

A l'heure actuelle, certaines parties du pays ne sont pas desservies par une station appartenant à Radio-Canada, mais par une affiliée.

C'est le cas de certains centres très importants comme Brandon, Saint-Jean, au Nouveau-Brunswick, ou London, en Ontario. La plupart de ces stations, comme Brandon, offrent un bon service. Mais ce qui différencie une station de Radio-Canada d'une affiliée c'est, bien sûr, que cette dernière diffuse moins d'émissions canadiennes et davantage d'émissions américaines, étant donné qu'elle doit absolument réaliser des bénéfices pour rester en affaires. Devrions-nous changer de

système et vendre les stations de Radio-Canada pour les remplacer par des affiliées commerciales locales? Je prétends qu'en agissant ainsi nous retournerions 30 ans en arrière.

D'ailleurs, qui voudrait acheter nos stations françaises ou anglaises desservant des minorités, ou encore celles qui se trouvent dans des localités isolées ou des marchés restreints, comme Prince Rupert, Sudbury, Rimouski, Sept-Iles, Sydney ou Corner Brook? Ne répondez pas tous en même temps!

A cet égard, je n'ai pas été étonné, mais certainement très content, d'entendre le Premier Ministre déclarer que Radio-Canada n'est pas à vendre.

Mais venons-en à la télévision réseau. Beaucoup de gens m'écrivent pour me proposer comment réduire les frais et améliorer Radio-Canada. C'est presque toujours notre réseau de télévision anglais qu'ils visent. Tout le monde est vraiment rempli de bonnes intentions, mais malheureusement la plupart des solutions que je reçois représentent des augmentations plutôt que des réductions de coûts.

Pourquoi diffusez-vous des sports, demandent-ils, étant donné que d'autres stations s'en occupent? En effet, nous devrions en offrir moins. Mais les Canadiens adorent les sports et nous ne voulons pas nous couper de notre auditoire; ensuite, presque toutes nos émissions

sportives sont canadiennes et, finalement, les émissions dont on aurait besoin pour les remplacer coûteraient beaucoup plus cher. Les émissions sportives sont relativement bon marché car leur coût est compensé par les importantes recettes publicitaires qu'elles rapportent.

Pourquoi ne pas abandonner la publicité, me dit-on? Pour bien des raisons. Elle rend service à une importante partie de la population canadienne; Radio-Canada est toujours considérée comme un des meilleurs véhicules publicitaires au pays; et la publicité nous rapporte près de 200 millions de dollars que nous investissons dans les émissions.

Pourquoi ne pas supprimer les émissions américaines? C'est précisément ce que nous aimerions faire. L'inconvénient, c'est que nous ne ferions pas d'économies. Au contraire, il faut de cinq à dix fois plus d'argent pour produire des émissions canadiennes équivalentes au lieu d'importer des émissions américaines qui ont déjà été rentabilisées dans leur pays.

Faut-il donc s'en tenir au statu quo? Certainement pas. Je crois que, depuis longtemps, la Société Radio-Canada a une idée assez claire de ce qu'elle devrait faire. Mon prédécesseur, Al Johnson, en a souvent parlé en détail, et moi aussi.

Radio-Canada doit changer, et c'est ce qu'elle est en train de faire. Je souhaite voir bouger les choses dans plusieurs domaines fondamentaux.

Premièrement, je crois fermement que Radio-Canada doit être perçue comme un organisme qui se consacre totalement à la prestation d'un service; un service à notre pays, à l'avenir de notre pays, à tous ceux et celles qui forment une société souveraine mais qui sont également des individus à part entière et libres. C'est d'ailleurs ce que Radio-Canada doit être.

En parlant de service, un éditorial plutôt sévère envers Radio-Canada paru dans le Winnipeg Free Press du 13 décembre 1984 comportait néanmoins une conclusion à laquelle je souscris entièrement et qui disait en essence:

"Au fil des années, Radio-Canada a rendu un service énorme au pays. Quiconque aurait écouté la radio de Radio-Canada à longueur de journée serait extrêmement bien informé et parfois divertí. La manière de traiter les affaires publiques à Radio-Canada est énergique, innovatrice et souvent d'une qualité incomparable. Ses émissions divertissantes et culturelles sont un peu plus inégales, mais elle a quand même de quoi être fière.

Radio-Canada devra bientôt prendre des décisions d'une importance déterminante pour son rôle et son financement futurs. Plus que jamais, elle a besoin de l'appui et de la compréhension des

citoyens canadiens. Or elle risque de ne pas pouvoir compter sur cet appui et cette compréhension si ceux qui ont le privilège de se faire entendre à l'antenne et de se faire voir à l'écran donnent l'impression que Radio-Canada existe avant tout pour leur propre bénéfice et non pas pour celui du pays".

Nous devons rechercher tous les moyens possibles de jeter des ponts entre les diverses composantes de la société canadienne, d'aider le pays à résoudre ses problèmes. Les médias ont souvent tendance à dénoncer et à condamner les travers de notre société. Ils semblent avoir hérité d'une mission jadis dévolue au clergé, ce qui est sans doute assez normal car ceux qui font des erreurs ne tiennent pas particulièrement à ce qu'on en parle.

Je pense qu'il est temps de nous attaquer à certains sujets difficiles qui ne font en général pas couler beaucoup d'encre, de bien les analyser et de chercher à trouver des solutions et non pas simplement à émettre des critiques.

Il faut bien reconnaître que nous nous heurtons à des problèmes fondamentaux, que tous les secteurs de la société canadienne admettent et qui sont très difficiles à résoudre. A titre d'exemples, je mentionnerai: le chômage chronique, la réorientation, l'éducation et la formation de notre main-d'oeuvre, la productivité, le développement des marchés étrangers, la santé physique et mentale de nos citoyens du

troisième âge et l'importance économique et politique des pays en voie de développement pour le Canada.

Le service de diffusion national - et j'insiste sur le terme service, car c'est ainsi que la Société Radio-Canada est décrite dans la Loi sur la radiodiffusion - ce service pourrait-il être plus près de tous ces problèmes? Pourrait-il y être plus attentif? Pourrait-il en traiter de façon plus systématique?

Bien sûr, nous faisons de grands efforts dans ce sens. La récente décision de notre réseau anglais de télévision de consacrer, durant une semaine, ses émissions d'information à l'Afrique constitue un exemple dont je suis très fier. J'aimerais également souligner l'initiative de notre nouvelle émission de télévision sur les affaires, VENTURE, qui s'efforce de comprendre et d'expliquer à son auditoire le rôle du monde des affaires au Canada.

Nous sommes aussi tenus d'être totalement équitables dans notre présentation des faits, des opinions et des idées dans nos émissions. C'est là une autre preuve de notre attachement à la notion de service, service pour autrui et non pour soi-même. Je pense d'ailleurs qu'à cet égard Radio-Canada peut soutenir la comparaison avec les meilleurs médias du pays, mais vu que nous jouissons d'un tel pouvoir à la radio et à la télévision, nous devrions être au-dessus de tout reproche.

Le deuxième domaine dans lequel je souhaite obtenir des changements est celui de la rentabilité, de l'usage qui est fait de l'argent du contribuable. J'aimerais qu'il n'y ait plus ni raison, ni prétexte de ne pas donner à Radio-Canada les moyens dont elle a besoin pour faire un travail sans reproche dans le secteur de la programmation.

J'aimerais que la saine gestion des fonds publics de Radio-Canada, de tout le personnel de Radio-Canada, soit autant reconnue que l'est la qualité de sa programmation.

C'est un but que nous poursuivons avec détermination et nous avons déjà accompli d'énormes progrès en ce sens. En fait, certains des clichés que j'entends à cet égard sont en train de devenir plutôt insultants, hors de propos et parfois carrément malhonnêtes. Ils ne tiennent pas du tout compte des efforts que nous avons faits et que nous sommes en train de faire pour éliminer toute dépense inutile, augmenter notre productivité et mettre en oeuvre les nombreuses recommandations constructives que nous a adressées le Vérificateur général dans son récent rapport sur Radio-Canada. Je pense que ces clichés sont devenus des prétextes pour ne pas aborder franchement la question de Radio-Canada, et voir la réalité en face. Des institutions comme Radio-Canada seront toujours à la merci de critiques occasionnelles en ce qui concerne leurs finances. Nous ne fabriquons pas des boîtes de conserves ou des sacs de plastique. Mais ces critiques ne devraient pas totalement voiler les efforts véritables que nous faisons pour

accroître encore davantage l'efficacité de notre organisme et donner au contribuable la pleine valeur de son argent.

Permettez-moi de vous rappeler que, après les compressions budgétaires récentes, Radio-Canada aura absorbé bien au-delà de 420 millions de dollars au cours des sept dernières années. Cela représente plus de 60 millions de dollars par an. Une grande partie de cet argent a servi à compenser des augmentations de coûts inévitables et non productives, comme celles imputables à l'inflation, à la perte du pouvoir d'achat du dollar canadien, à l'augmentation des taxes foncières et ainsi de suite, et pour lesquelles le gouvernement ne nous accorde pas pleine compensation. Le reste - des millions de dollars - a été injecté dans la création ou l'amélioration d'émissions comme LE TÉLÉJOURNAL, LE POINT, THE NATIONAL et THE JOURNAL, ainsi que dans les nouvelles dramatiques que nous avons commandées aux producteurs privés.

Des changements, et de taille, s'imposent également dans le domaine de la programmation réseau à la télévision française et anglaise. En fait, si nous ne réussissons pas à obtenir davantage d'émissions, et de meilleure qualité, pour nos réseaux de télévision, c'est la survie de Radio-Canada dans son ensemble qui est menacée. Il n'y a là rien de nouveau. C'est le problème le plus grave qui touche tout le secteur de la radiotélévision canadienne depuis des années.

Je suis certain que si nous parvenions à résoudre le cas de la programmation de la télévision de Radio-Canada, nous réglerions une bonne partie des difficultés de la radiotélévision canadienne.

D'autre part, on ne cesse d'affirmer que la radio de Radio-Canada est l'une des meilleures au monde. Presque tout le monde est d'accord là-dessus. Et il est déplorable de devoir maintenant freiner ses progrès, voire réduire sa qualité, à cause de nos difficultés financières.

Je suis persuadé que l'organisme qui a créé cette radio de qualité est également capable, avec l'aide de tous les talents qui se trouvent au Canada, d'offrir aux Canadiens un service de télévision de première classe. Les succès que nous remportons à la télévision sont déjà là pour le prouver.

Je me demande parfois si nous ne nous disputons pas continuellement à propos de la télévision de Radio-Canada tout simplement parce que nous ne voulons pas voir la réalité en face. Cette réalité, pourtant, est tout à fait évidente, elle crève les yeux.

Pourquoi la radio de Radio-Canada a-t-elle autant de succès? Parce qu'elle se compose de deux réseaux de radio, AM et FM, qui offrent un service suffisamment large pour intéresser des auditoires canadiens aux goûts les plus divers. Parce qu'il s'agit d'un service avant tout

canadien et tout à fait différent de celui qu'offrent les autres stations. Cette radio répond à un besoin réel de recevoir des informations et des commentaires objectifs et enrichissants, elle fouille sans relâche le monde des idées et diffuse les précieux trésors de la littérature et de la grande musique du monde et du Canada. La radio de Radio-Canada n'est donc pas simplement une commodité, c'est une nécessité.

A la télévision française, nous avons obtenu des résultats fort encourageants, principalement parce que les réalisateurs, les artistes, les auteurs et les interprètes francophones ont réussi à produire suffisamment d'émissions touchant et intéressant directement les téléspectateurs francophones, et également parce que la question de la concurrence ne se pose pas de la même façon en français. Malgré tout, il faudrait apporter des changements importants à la télévision française également.

Mais examinons le cas de la télévision anglaise.

Le problème qui se pose est clair. Nous le connaissons tous. La télévision anglaise de Radio-Canada n'est pas suffisamment canadienne. Elle ne se distingue pas suffisamment des télévisions canadiennes privées et des télévisions américaines. Et, par conséquent, elle ne semble pas indispensable. Comment expliquer la chose? Par le fait que nous n'avons pas les moyens d'être différents. Nous sommes différents,

mais pas suffisamment. Lorsque nous le sommes, nous réussissons fort bien. Nos émissions de nouvelles et d'affaires publiques sont nombreuses, pertinentes et de bonne qualité. Aux heures de grande écoute, nous diffusons probablement davantage d'émissions d'information qui intéressent nos concitoyens que tout autre réseau du monde occidental, plus que les grands réseaux américains en tout cas, et même plus que PBS.

Les émissions qui marchent bien, comme THE NATIONAL et THE JOURNAL, attirent parfois - chacune d'entre elles - plus de deux millions de téléspectateurs les soirs de semaine. Pour leur part, LE TÉLÉJOURNAL et LE POINT ont, chaque soir de la semaine, un auditoire de trois quarts de millions de Canadiens. En fait, au cours d'une semaine type, nos émissions d'information télévisée rejoignent plus de dix millions de Canadiens.

Ce sont plutôt les dramatiques et les émissions de divertissement qui laissent à désirer. Nous n'avons pas les moyens de produire, de coproduire avec le secteur privé ou d'acheter suffisamment d'émissions traitant du Canada ou des Canadiens.

Nous savons tous qu'à l'heure actuelle, c'est la télévision qui constitue le principal mode de divertissement dans le monde occidental. Les Canadiens passent en moyenne 23 heures par semaine devant le petit écran. Et que regardent-ils? Mais avant de répondre, j'aimerais

prendre un instant pour comparer la situation dans trois pays que nous connaissons tous bien: les États-Unis, la Grande-Bretagne et le Canada.

Aux États-Unis, cette semaine, les trois grands réseaux commerciaux transmettront chacun 22 heures d'émissions de grande écoute. Si l'on élimine l'émission d'information occasionnelle, il reste que CBS, NBC et ABC diffusent ensemble, chaque semaine, près de 60 heures de comédies et de films d'aventures.

Ce sont souvent d'excellentes émissions. Mais toutes mettent en scène des Américains, traitent d'expériences américaines.

Voyons voir ce qui se passe en Grande-Bretagne. Cette semaine, sur leurs quatre réseaux de télévision, les téléspectateurs d'outre-Atlantique pourront voir près de 30 heures de dramatiques de création britannique. A la BBC, on pourra voir 15 pièces, films d'aventures et comédies de situation - des histoires sur Whitehall et Scotland Yard - des comédies dont l'action se déroule à Londres ou à Glasgow. Par ailleurs, sur les réseaux commerciaux, on pourra également voir, au total, 15 autres émissions allant de la comédie à la dramatique la plus sérieuse.

Et que nous offre-t-on cette semaine au Canada? Radio-Canada est le seul diffuseur national de langue anglaise qui présente régulièrement

des dramatiques faites par et pour les Canadiens. Notre programmation, même en ces meilleures semaines d'hiver, se résume à moins de quatre heures de dramatiques canadiennes. C'est le dimanche soir que nous faisons nos plus grands efforts en présentant trois séries majeures - THE BEACHCOMBERS, SEEING THINGS et FOR THE RECORD. Nous faisons également bonne figure le lundi soir en diffusant deux émissions canadiennes pour toute la famille - HANGIN' IN et DANGER BAY. Et ensuite la source se tarit. A part une émission le jeudi soir, JUDGE, les dramatiques disparaissent jusqu'au dimanche suivant. En tout et pour tout, nous avons six occasions de voir cette semaine à notre écran des thèmes canadiens interprétés par des acteurs canadiens. Et il s'agit d'une semaine exceptionnelle: sachez, par exemple, que nous ne produisons que huit épisodes de SEEING THINGS par année.

Au cours de semaines plus normales, il arrive que la grille-horaire de Radio-Canada comporte surtout des reprises et que sur deux dramatiques présentées, une seule passe en primeur. Et, bien entendu, nous n'avons pas les moyens de produire plus de trois ou quatre grandes dramatiques de qualité par saison de télévision; cette année, par exemple, seulement cinq des épisodes de FOR THE RECORD sont nouveaux. En tout et pour tout, Radio-Canada doit se contenter d'offrir aux téléspectateurs canadiens anglophones moins de deux heures de dramatiques canadiennes originales par semaine.

Résultat: de tous les scénarios présentés aux Canadiens à la télévision anglaise, tout au plus 4 à 5% sont canadiens, soit pas plus de un sur vingt. Près de 95% d'entre eux sont américains. Voilà ce que nous voyons sur nos écrans de télévision. Voilà ce que nos enfants y voient.

Je ne dis pas qu'on a tort de regarder des émissions américaines, loin de là. Je dis tout simplement que les Canadiens les regardent parce qu'ils n'ont pas d'émissions canadiennes semblables sur leurs écrans. Lorsqu'on leur en offre, ils les regardent, qu'il s'agisse de comédies de situation comme SEEING THINGS ou de dramatiques sérieuses comme THE OTHER KINGDOM, CHARLIE GRANT'S WAR, GENTLE SINNERS ou THE TIN FLUTE.

Comme il serait agréable d'avoir une série dépeignant les hauts et les bas d'une équipe-école canadienne de hockey ...au fait, nous avons au moins deux scénarios de ce genre sur la planche... ou une série mettant en scène les personnages d'une ville des Prairies. Les légendes de W.O. Mitchell en vaudraient certainement la peine!

Nous avons d'excellents films de télévision au programme de cette saison - ils nous font découvrir des héros canadiens méconnus comme Charlie Grant, partager les émotions de la jeunesse de l'Ouest, dans GENTLE SINNERS, un film tiré du livre de W.D. Valgardson, de Winnipeg, et tourné dans l'interlac manitobain. J'aimerais d'ailleurs préciser que GENTLE SINNERS a attiré 2,2 millions de téléspectateurs, ce qui

représente un auditoire énorme pour une émission canadienne, et bien supérieur à celui de la plupart de nos émissions américaines.

En jetant un coup d'oeil sur le passé, je suis extrêmement fier de la tranche de vie des Prairies que nous avons filmée dans CHAUTAUQUA GIRL, de la qualité épique de RIEL, de l'atmosphère de Montréal qui se dégage dans BONHEUR D'OCCASION ou celle de Québec dans LE CRIME D'OVIDE PLOUFFE.

Voici quelques-uns des récits canadiens d'un peu partout au pays que nous voulons conter d'ici un an ou deux.

ISAAC LITTLEFEATHERS

Une émouvante dramatique tournée l'été dernier en Alberta et décrivant les relations entre un jeune Métis et une commerçante juive, devenue veuve, qui l'adopte.

MY AMERICAN COUSIN

Une charmante comédie dont l'action se déroule durant l'été de 1959 et qui nous raconte l'histoire d'une jeune adolescente de la vallée d'Okanagan, en Colombie-Britannique, et de son élégant cousin américain.

LABOUR OF LOVE

L'action se passe dans une petite ville du Nouveau-Brunswick et mêle l'histoire d'un triangle romantique à celle d'un conflit syndical apparemment sans importance.

SAMUEL LOUNT

R.H. Thompson, qui a récemment joué dans CHARLIE GRANT'S WAR, interprète l'histoire de Samuel Lount abandonnant son pessimisme pour passer à l'action dans cette passionnante dramatique qui se déroule en 1937.

ANNE OF GREEN GABLES

Le roman classique de Lucy Maude Montgomery, qui nous présente les aventures d'une jeune fille espiègle à la langue bien pendue.

TRUE CONFECTIONS

Les aventures amusantes d'une adolescente éprouvant beaucoup de difficultés à prendre une décision qui, croit-elle, sera la dernière de sa vie. Doit-elle se marier à l'automne ou aller à l'université? Et ensuite, doit-elle rester pour toujours dans sa ville natale ou s'en échapper pour de bon? L'histoire se déroule à Winnipeg vers la fin des années 50 et est tirée du roman de Sondra Gotlieb.

JOHN AND THE MISSUS

Tiré du récit à la fois déchirant et réconfortant de Gordon Pinsent, c'est l'histoire de l'extinction d'une petite ville de Terre-Neuve et de la lutte d'un personnage charismatique têtue qui tente de la sauver.

THE BLACK DONNELLYS

Une mini-série en 6 épisodes qui nous fait revivre, avec force et passion, l'histoire d'une famille irlandaise ayant immigré en Ontario au milieu du 19^e siècle.

GLORY ENOUGH FOR ALL

Le récit dramatique et complexe de Frederick Banting et de sa découverte de l'insuline, basé sur les écrits de l'historien canadien Michael Bliss.

CREE, THE LAST WAR CRY

Le scénario de Peter White, basé sur l'important roman mystique de Rudi Wiebe, nous fait revivre avec beaucoup de force le dernier combat des Indiens des plaines du Canada pour conserver leur place au soleil - une mini-série de 6 heures.

THE COMPANY OF ADVENTURERS

La lutte épique qui oppose les deux grands empires du commerce de la fourrure - la North West Company et la Baie d'Hudson - forme le fond coloré de ce récit prenant qui nous fait découvrir de vastes terres mal connues ainsi que les associations et rivalités, les histoires de haine et d'amour des Indiens, des entrepreneurs français, écossais et anglais et des premiers colons qui ont eu le courage de s'aventurer dans l'Ouest pour établir la colonie de la rivière Rouge.

Mais il y a bien plus à faire encore!

Nous voulons faire connaître à tous les téléspectateurs canadiens le génie de notre théâtre régional. A mon grand plaisir, nous nous sommes engagés dans cette voie au cours des dernières années en présentant l'extraordinaire MA MURRAY, de Vancouver, la merveilleuse reconstitution de la légende de Joey Smallwood, de Saint-Jean et l'inoubliable SAGUINE, du Nouveau-Brunswick. Cette saison nous avons mis à l'horaire PRAIRIE CHURCH, d'Edmonton, et WAITING FOR THE PARADE, de London. Nous apprécions énormément nos rapports avec les grandes troupes de théâtre et faisons connaître les meilleures productions du festival de Stratford et du Shaw Festival, avec lequel nous entamons une nouvelle collaboration en présentant la semaine prochaine BIRDS OF A FEATHER. Mais, là aussi, il reste tant à faire! D'autres créations de John Gray attendent après BILLY BISHOP GOES TO WAR et KING OF FRIDAY NIGHT (que vous verrez au printemps prochain). Verrons-nous son

Don Messer sur nos écrans? Je suis convaincu que chaque année, il y a au moins dix occasions à saisir pour présenter les meilleures productions du théâtre canadien sur les écrans de Radio-Canada.

Je tiens à préciser, encore une fois, que ce n'est pas tant le fait que nous regardions des récits américains sur nos écrans qui m'inquiète. Ce qui me préoccupe, c'est que nous ne racontons pas tous ces récits canadiens qui valent la peine d'être mis en scène et regardés, toutes ces histoires qui doivent être contées et qui n'attendent que cela.

Il y a tant de chose à changer, toujours pour atteindre notre principal objectif, celui de faire de Radio-Canada une télévision plus distinctive et vraiment indispensable. Nous devons collaborer davantage avec les groupes d'acteurs, de danseurs, de musiciens et de chanteurs d'opéra de tout le pays; rappelez-vous que, lorsqu'un spectacle est vu par un million de téléspectateurs, cela équivaut à remplir une salle de 3 000 places chaque soir, durant toute une année, avec des gens venant de partout au pays.

Nous devons trouver un meilleur équilibre en matière de politique commerciale: vendre beaucoup lorsque les publicités conviennent, mais les réduire ou les éliminer lorsqu'elles ne sont pas de mise.

Les émissions étrangères que nous présentons devraient inclure davantage d'émissions de Grande-Bretagne et d'autres pays européens.

Nous devons collaborer nettement plus avec les producteurs privés de toutes les régions du pays, de manière à atteindre l'objectif que nous nous sommes fixés, et nous procurer, auprès d'eux, 50% des dramatiques et émissions de divertissement que nous diffusons aux heures de grande écoute.

Et, nous voulons trouver tous les moyens possibles de travailler avec les diffuseurs provinciaux.

Notre pays est très vaste. Nous sommes séparés par de grandes distances. Nous possédons des langues et des cultures différentes. Nous faisons face à des problèmes économiques de taille, car nous ne sommes pas nombreux et formons un marché restreint. C'est pour cela que nous avons besoin les uns des autres. Nous avons besoin de nous connaître et de nous apprécier en dépit des distances et des différences. La télévision peut nous aider énormément à cet égard. Les émissions de nouvelles et d'informations sont indispensables pour que nous sachions parfaitement ce qui se passe chez nous et dans le reste du monde. Mais les histoires, la fiction et le théâtre traitent de notre passé, de nos émotions, de nos rêves, de nos passions, de nos forces et de nos faiblesses - en tant que peuple et en tant qu'individus. Ils représentent des moyens de communication puissants, non seulement pour les adultes, mais également pour les enfants. Les histoires nous aident à voir au-delà des apparences qui font de nous des êtres différents et nous aident à comprendre nos disparités et nos

ressemblances. Pour nos enfants, elles expliquent le passé, le monde qui les entoure et elles stimulent leur imagination.

Et nous devons également nous amuser ensemble. Nous devons rire ensemble.

Je ne prétends pas que nous avons besoin d'une "politique" gouvernementale pour tout ceci. Autant demander une législation pour régir la qualité des romans, des pièces de théâtre ou des nouvelles. Cela n'aurait aucun sens. Mais tout pays, et en particulier une grande démocratie comme la nôtre, devrait tout naturellement encourager ses dramaturges et autres auteurs, et une des façons de les encourager consiste à donner au service de diffusion national les moyens financiers de jouer son rôle.

Ces temps-ci, nous entendons parler de réconciliation. C'est un fait! Et la télévision peut être un moyen des plus efficaces pour aider les Canadiens à mieux s'apprécier les uns les autres. Non pas en prêchant la bonne parole. Mais tout simplement en racontant leurs histoires, en exposant leur talent avec sensibilité, compréhension et imagination.

Je le répète, la question de Radio-Canada n'a rien d'énigmatique. La situation est connue depuis un certain nombre d'années. Notre problème, c'est qu'il y a dichotomie entre nos paroles et nos gestes.

Comparez les faits que je viens de vous exposer avec les paragraphes de la Loi sur la radiodiffusion qui stipule que: "Le système de la radiodiffusion canadienne devrait être possédé et contrôlé effectivement par des Canadiens de façon à sauvegarder, enrichir et raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada", et que la programmation devrait être "de haute qualité et utiliser principalement des ressources canadiennes créatrices et autres".

Nous sommes-nous leurrés durant toutes ces années? N'est-il pas temps de voir les choses en face, de mettre fin à ce beau discours sur l'importance de la radiotélévision canadienne, et de commencer à mieux respecter nos principes?

On parle beaucoup, actuellement, de revoir le mandat de Radio-Canada. Oui, voyons quels changements sont nécessaires. Mais méfions-nous de ce cliché qui veut que la technologie ait rendu caducs nos principes traditionnels de radiodiffusion. Au contraire, elle n'a fait qu'accroître leur importance. Méfions-nous des petites retouches qui conduiraient à renoncer à nos responsabilités et à admettre notre défaite. N'abandonnons pas les artistes canadiens, les régions, la difficile mais indispensable tradition de la radiotélévision canadienne.

J'ai préconisé des changements devant vous aujourd'hui, dont certains portent sur nos attitudes à Radio-Canada: nous devons prendre davantage conscience du fait que nous offrons un service à la population; que nous devons offrir aux gens un produit de la plus grande qualité possible en échange des fonds qui nous sont fournis; qu'il importe de repenser le mode de financement de Radio-Canada, compte tenu de son besoin d'indépendance dans le domaine de l'information et de la circulation des idées; que nous devons renforcer la télévision de Radio-Canada - à l'échelon régional et national - et affirmer davantage notre caractère distinctivement canadien dans un milieu largement dominé par les émissions étrangères; que nous devons permettre à la radio de Radio-Canada de progresser et non pas de se détériorer.

Je veux que vous sachiez, et je veux que le public le sache aussi, qu'à Radio-Canada, nous travaillons pour effectuer les changements qui relèvent de notre pouvoir. Je suis sûr que nous y parviendrons. Et nous sommes tout à fait prêts à rendre des comptes à cet égard.

Le Conseil d'administration et moi-même convenons fort bien que Radio-Canada doit accepter une coupure dans son budget pour contribuer au programme de réduction de l'ensemble des dépenses publiques entrepris par le gouvernement. Mais j'ai bien précisé, cependant, que les répercussions des compressions budgétaires seraient graves et que

ces dernières ne pourraient être réalisées sans avoir recours à des amputations douloureuses et à une diminution de service.

Nous avons effectué ces compressions budgétaires en éliminant autant que possible les dépenses administratives non essentielles. Il y aura sans doute toujours des moyens de réaliser d'autres économies; mais, à moins que ces dernières ne soient réinvesties dans la programmation, au lieu d'être supprimées, nous ne parviendrons pas à honorer le mandat que le Parlement nous a dévolu. Comme on dit à Terre-Neuve, nous sommes en train de manger nos propres semences de pommes de terre!

Les récits canadiens sont là pour être contés.

Les artisans dont nous avons besoin pour en faire des émissions de télévision distinctives et passionnantes sont en place, à la fois à Radio-Canada et dans les entreprises privées avec lesquelles nous collaborons.

Je suis convaincu que les Canadiens veulent que leurs enfants en apprennent plus, et non pas moins, sur les riches expériences de notre pays.

Je suis convaincu que les Canadiens veulent avoir au moins une voix canadienne qui s'exprime avec force et clarté au milieu de tout ce concert que l'on peut entendre à la télévision.

Mais nous ne pouvons offrir cette programmation - ni les autres services que vous et d'autres ne cessent de nous demander - si nous devons continuer d'absorber des compressions budgétaires comme celles que nous avons connues au cours des sept dernières années. Cela nous empêche d'investir les ressources nécessaires dans le développement des émissions, secteur qui devrait avoir l'extrême priorité en ce moment.

J'ai tenté de vous exposer aujourd'hui les changements que j'estime nécessaires pour préserver et mettre en application les principes traditionnels qui sous-tendent notre système national de radiodiffusion - des principes qui sont indispensables pour relever les défis de l'heure. Les termes sages et courageux que le Canadian Club utilisait en 1893, et qui sont toujours de mise malgré les progrès de la technologie, exprimaient parfaitement l'essence de ces principes: "Faire reconnaître la valeur et le talent des habitants du pays et stimuler le sentiment patriotique des Canadiens."

CAI
BC
-S77

11, 19



The CBC Is Not a Problem, It's a Solution!

An address by Pierre Juneau
President of the CBC

February 27, 1985

Faculty of Law
University of Toronto



It's high time to stop talking about the CBC as a problem. As Maggie Siggins said in the Readers' Digest: "Let's Stop Knocking the CBC". The CBC is not a problem. It's a solution! The main solution to the dilemma of a Canadian Broadcasting system that is becoming less Canadian every day.

CBC radio is a success. Its quality and originality are recognized by everybody. Last Friday, Mike Boone, of the Montreal Gazette, wrote that our special broadcasts on the anniversaries of Handel and Bach "are a treat for classical music lovers and a reminder to all listeners of the unique and essential role the CBC plays in Canadian broadcasting". The size of CBC radio audiences is also a success. The CBC's radio services reach over three and a half million Canadians every week; in Toronto, the most competitive radio market in the country, CBL ranks fifth in a 26-station market.

CBC is a success in Northern Canada where it provides radio service in nine native languages--Inuktitut, Inuvialuktun, Slavey, Dogrib, Hareskin, Chipewyan, Loucheux, Cree and Attikamek. And a television service also provides access to programs produced by native broadcasting organizations.

Some of the CBC radio programs are even a success in the United States: AS IT HAPPENS and SUNDAY MORNING are re-transmitted by more than 30 U.S. stations in most of the major population centres such as New York, Chicago and Los Angeles.

What about Radio Canada International which broadcasts in 12 languages and is heard in North America, the Caribbean, Latin America, Africa, Eastern and Western Europe? It is such a success that when the CBC some years ago wanted to close it down to save money, there was a general outcry everywhere, including in Parliament. For the very large Canadian population of Polish or Ukrainian origin it represents their voice talking to their family, their friends, their compatriots living in their country of origin. It is perhaps Canada's strongest voice abroad.

Now let us come to CBC television and in particular to English television. People tend to think that English television costs eight or nine hundred million dollars a year. They equate it with the whole budget of the CBC. In fact, English television represents about 20% of the total CBC budget, much less than what the BBC or the French government spend on their television services.

CBC television manages to be very successful - and very good. Let me give you some recent examples. Last month, CHARLIE GRANT'S WAR was seen by 2.1 million viewers. It was programmed against the first

episode of a blockbuster American mini-series on CTV - ROBERT KENNEDY AND HIS TIMES - and the Canadian program got the bigger audience. That audience of over 2 million is larger than that of REMINGTON STEELE or NEWHART. It's twice that of such U.S. sitcoms as CHARLES IN CHARGE or FACTS OF LIFE.

GENTLE SINNERS, a feature film shot by the CBC in Manitoba, was seen by 2.2 million viewers. Again more than DYNASTY or ST. ELSEWHERE.

CHAUTAUQUA GIRL drew 2.6 million in its first showing and a million more in a repeat. More than the EMMY AWARDS show, more than MAGNUM P.I.

Then there are programs made in cooperation with private producers such as FRAGGLE ROCK, with 1.6 million viewers, or THE RACCOONS AND THE LOST STAR, with 2.3 million. And then there's SONS AND DAUGHTERS which won an Oscar, as did our own FIFTH ESTATE.

So CBC programs are successful. They also represent Canadian values; they support and feature Canadian artists and present a positive image of Canada to the world. That's true not only in the areas of news and information, but also in the extremely competitive area of drama. I hope we have now put to rest the defeatist idea that Canadians can't produce television programs that people will watch.

On our French network, the most popular drama programs are all Canadian. Two of them, LE TEMPS D'UNE PAIX and LA BONNE AVENTURE last season regularly captured audiences of about 2 million people. On the basis of the anglophone population this is the equivalent of an audience of more than 5 million. LE TEMPS D'UNE PAIX is so successful both with the public and the critics and is now so much part of the culture of French Canada that it is often featured on the front page of the Quebec dailies.

THE NATIONAL and THE JOURNAL are seen by 1.5 to 2 million Canadians each day, five times a week. On French television LE TELEJOURNAL and LE POINT have a daily audience of six to eight hundred thousand people; that means a total daily audience of over 2.5 million for our 10 o'clock French and English news programs.

Week after week MARKET PLACE and THE FIFTH ESTATE are viewed by well over a million.

What about the total audience of CBC television? Some people refer to the fact that it has gone down. They are late in their information by about three years. Of course it had a bigger audience when it had a monopoly but inevitably the CBC's share of English TV audiences went down as new TV networks and cable covered more and more of the country. The present share of CBC English TV is 22%. This means that 22% of the time spent viewing English television in Canada is devoted to CBC television. This is comparable to the share of CBS or NBC or ABC in

the U.S. And we have as much TV competition in Canadian cities as in the U.S., often more. On the French side, Radio-Canada television gets between 45% and 50% of the audience.

I couldn't make a speech to a group like this without referring to THE LAWYERS series, hosted by Patrick Watson, which is currently on the air on Sunday nights. Who else but the CBC would have had the patience, the time, the talent and, yes, the money, to bring this fine evocation of the legal profession to the television screen?

However, the last thing the CBC needs is complacency or smugness. Like any other organization the CBC needs to renew itself. To use an expression that has become fashionable over the last 15 years or so, it needs "lateral thinking". And when that means change, then let us have change.

The CBC is changing in several directions.

First, the CBC must be an organization totally dedicated to service; service to this country, to the future of this country, to the people of this country.

We must help in building bridges that link the diverse parts of Canadian society. We must do our share in trying to resolve the problems of the country. The media do have a tendency to denounce and pursue wrongdoings in society. They seem to have inherited the mission that used to be the prerogative of the clergy.

We do face fundamental problems which are recognized by all sectors of Canadian society and are very difficult to resolve: structural unemployment; the reorientation, education and training of our manpower productivity; the development of foreign markets; the physical and mental health of our senior citizens and the economic and political importance of developing countries to Canada, to cite a few examples. We must deal with those issues more systematically.

There are important efforts in that direction now, of course. For example, the decision of our English television network recently to devote a whole week of information programs to Africa was typical and something I was very proud of. I would point also to the efforts of our new national television program on business called VENTURE which attempts to understand and interpret to Canadians the role of business in this country.

Another example of dedication to service, and not self service, is the obligation to be scrupulously fair in presenting facts, opinions and ideas in our programs. I think the CBC record in this respect matches that of the best media in the country and even in the world, but because we enjoy such enormous power in radio and in television, we should attempt to be beyond reproach.

What about value for money, taxpayers money? I would like to see the disappearance of every possible reason or pretext for not providing the CBC with the means it needs to do a completely satisfactory job in

programming. Therefore, I would like to see the CBC and all the staff of the CBC recognized for good management of public funds as much as they are for the quality of programs. It is a task we are now pursuing with determination. Enormous progress has been made. It would help if there was some fair recognition of the efforts that have been made by the CBC. It's totally unfair to ignore the efforts that have been made and are still being made by our people to eliminate unnecessary expenditures and increase productivity.

There will always be the occasional disquieting financial story in institutions like the CBC, and not just the CBC: they come up in virtually every major enterprise. Such stories should not obscure the genuine efforts which are being made to run an efficient and creative CBC, giving full value to the taxpayer.

After the recent cuts, the CBC will have absorbed extra costs of well over \$420 million over the last seven years without getting corresponding funding. That is more than \$60 million a year. Most of that money has been a real cut since it has gone to offset non-discretionary expenses such as inflation, the lower purchasing power of the Canadian dollar, increased municipal taxes and so on, for which the government has not - and does not now fully compensate us. To be specific, for example, the lower purchasing power of the Canadian dollar has cost the CBC \$89 million over the last five years.

We have also ploughed some money into new or improved programming such as THE NATIONAL, THE JOURNAL, LE TELEJOURNAL, LE POINT and the new drama programming we have been commissioning from private producers. In fact CBC government funding is now 4.4% lower than in 1978-79, measured in constant dollars.

Considering all the talk about so called "fat" in the CBC, this matter bears repetition: the CBC has absorbed \$60 million worth of expenditures in each of the last seven years. In the 85-86 year it will be cutting \$120 million. At the same time programming has improved and increased in Canadian content.

It is just too easy to assume that an organization like the CBC can absorb budget reductions of that size without any impact on programs, on services or on people, but to believe that implies either naivety or bad faith. At least 65% of the present reductions were made in overhead and administration. The rest of course is related to programs or affects people in production functions. In the eyes of those who are affected no cut is right. Always, the money should have been taken elsewhere. And of course the ideal solution would have been to save the whole \$120 million by reducing the number of vice-presidents!

The basic mandate of the CBC in television, which is to provide Canadian programming, has already suffered as a result of these cuts and will suffer even more in future. There's no doubt that the Canadian content we have worked so hard to build up will decline in 1986-87. We have now reached the point where a further reduction would have a disastrous impact on network television and on regional stations.

In radio, the same thing applies. The programs which have made the CBC's name around the world - really remarkable projects such as last year's George Orwell program or the Bach and Handel series which are on the air right now - simply won't be possible any more.

During the last 20 years, as cable and satellites have brought more and more foreign programming into Canada, we have not been able to reinforce CBC Canadian programming sufficiently. There has been lots of talk. We have had lots of conferences and CRTC hearings and lots of studies but except for the tax on cable revenues and the Broadcast Program Development Fund, not enough action.

Why has this problem of CBC financing not been looked at over the years? Why do we still finance the CBC as a government department or an administrative organization when it is really more like an operational or industrial organization? For instance, the CBC cannot borrow money - for any purpose. How can a business operate efficiently on that basis? How can it take advantage of new and efficient technologies? How can it plan realistically for a changing broadcasting environment when financial time horizons are limited to one year? The CBC Board of Directors recognizes this, as does the Auditor General. So do many of our political leaders with backgrounds in business and industry.

Why is the CBC, while remaining accountable, not protected from the inevitable irritation that its journalistic responsibilities are bound to provoke among those who finance it? The CBC is one of the most important journalistic organizations in the country. With its two TV networks, four radio networks, 67 English and French radio stations and 30 English and French TV stations, it produces over 400 newscasts daily, plus more than 1000 hours of information programs each week.

Mistakes are bound to happen. Subjective biases cannot always be contained. However what kind of political and financial problems do you think the Toronto Star and The Globe and Mail would have if their funds came from Parliament? Certainly this is as important an issue in this country as those raised by the newspapers after the Kent Commission report.

An experienced politician once described the problem to me as follows: the CBC problem, he said, is the irritation caused to politicians by its journalistic activity; it's like mercury in fish, it accumulates and stays there. When difficult decisions have to be made, such as financial decisions, there comes a point when there is not much sympathy left: the level of mercury is too high.

We talk about the need to review the mandate of the CBC. I think it is even more important to re-examine and re-strengthen our belief in the fundamental reasons and principles which led to the creation of the CBC. One commentator even went so far as to assert that "This country must be assured of complete Canadian control of broadcasting from Canadian sources, free from foreign interference or influence." One hesitates to quote so radical a statement but it was, in fact, made by R.B. Bennett, the Conservative Prime Minister who created what became the CBC in the early 1930's. I think it is platitudinous nonsense to say that technology has rendered the mandate of the CBC obsolete; in fact, in my opinion, the opposite is true.

Technology has made the CBC more essential because technology has made it possible to import more and more U.S. programs into Canada. The problem is, what are we doing to offset this? There is nothing new in this question. Read the history of broadcasting. We had exactly the same situation in 1932 with radio. This is why the CBC was created.

Change, therefore, is imperative in television network programming on both our English-and our French-language networks. We must do more of the kind of TV programs I was talking about earlier. The lack of such programs has been the most important problem affecting the whole of Canadian television since its beginning 33 years ago.

I sometimes wonder if the reason we continue to quarrel uselessly about CBC television is that we don't want to face a reality that is totally obvious. We have studied the problem to death. The reality stares us in the face.

Why is CBC radio successful? Because it is two radio networks, AM and FM, which offer a service that is broad enough to interest a large diversity of Canadians. Because it is a highly Canadian service and highly different from that of other stations.

But let's look at the facts in English TV.

The problem there is clear. We know what it is. CBC English television is not Canadian enough. It schedules too many American programs. So it is not different enough from Canadian private television and from American television and therefore it does not appear as being indispensable.

Why is this? Because we can't afford to be more different. We are different but not different enough. Where we are different, we are very successful. Our news and public affairs programs are abundant, relevant and good. We have more prime time information programming than probably any other network in the western world.

Certainly much more than the big U.S. networks.

The problem is drama and entertainment. We cannot afford to produce ourselves, or co-produce with private producers or buy enough programs telling stories about Canada or Canadians. It costs about 10 times more to produce a Canadian drama program for the English network than it does to buy an American one.

Television is the dominant form of entertainment now for people in the western world. On average, Canadians watch television for 23 hours a week. What are they watching? Let me for a moment compare the situation in three countries with which we are all familiar: the United States, Great Britain and Canada.

In the United States this week, three powerful commercial networks will each transmit 22 hours of prime-time programming. Taking out the occasional information program you are left with the fact that CBS, NBC and ABC together program close to 60 hours each week of comedy and adventure programming.

Many are excellent programs. All feature Americans, speaking of American experiences.

Now look at Great Britain. This week, on their four television networks, British viewers can see close to 30 hours of indigenous drama. On the BBC this week you will see 15 plays, adventures and situation comedies - stories about Whitehall and Scotland Yard - comedies set in London and Glasgow. Side by side on the commercial networks there are another 15 shows running the gamut from comedy to high drama.

On a year-round basis, the CBC schedule may have only one "first" showing of a Canadian program for every two drama slots. The other slot will be a repeat. And, of course, we can only afford to produce three or four major "quality" dramas each TV season; for example, this year, FOR THE RECORD has only five original episodes. All told, CBC is only able to offer the Canadian English TV viewer less than four hours of original Canadian drama in peak winter season. There are 30 new episodes of DALLAS this season, 22 new episodes of REMINGTON STEELE. By contrast, our own series SEEING THINGS will have only eight new episodes. Stratford productions will be seen only twice in 84-85 and twice again in 85-86.

The result is that in total, a maximum of about 4 - 5% of the stories presented to Canadians on English television is Canadian - no more than one in twenty. Almost 95% of them are American. That's what we see on our television screens. And that's also what children see.

I'm not suggesting that watching American programs is wrong, not at all. I am saying that Canadians watch them because they do not have any such Canadian programs to watch. When they get them they watch them, whether it's a sitcom such as SEEING THINGS, or serious drama such as THE OTHER KINGDOM, CHARLIE GRANT'S WAR, GENTLE SINNERS or THE TIN FLUTE.

We should reflect to the whole Canadian audience the genius of our regional theatre. We have been able to do some of this in recent years - by showing you British Columbia's wonderful MA MURRAY; St. John's marvellous re-creation of the Joey Smallwood legend, and Antonine Maillet's LA SAGOUINE. This season our schedule includes Edmonton's PRAIRIE CHURCH and from Theatre London, WAITING FOR THE PARADE. As to the major performing companies, we have programmed the best of Stratford over the past few years and to this we added a production from the Shaw Festival. I believe there are at least ten occasions each year when the best products of Canadian theatre should be represented on CBC television.

Again I emphasize that my concern is not that we are watching American stories on our own screens. It is that we are not telling all those Canadian stories that are worth telling and watching, stories that must be told, stories that beg to be told.

So, lots of changes are required, all related to this main objective of making CBC television more distinctive and really indispensable. We need to cooperate much more with performing groups across the country in theatre, dance, music and opera; don't forget that one million viewers for a television performance is the same as filling a 3,000-seat theatre every night for a year, with people from all over the country.

Money spent to increase the availability of quality arts programming on television is clearly money well spent. A federal government study, conducted in 1981, supports this. Television, with its easy access, was found to be a prime vehicle for cultural exposure among adults as a whole and, in particular, among teens of 15-17 years. What better way, therefore, to increase the involvement of Canadians of all ages and from all parts of the country in Canadian culture than by making more quality programming available to them via television?

That's an excellent deal for everybody involved; for the CBC because it's a good source of the distinctively Canadian programming we need; for the performing groups because it helps to make their productions known in every part of the country; for the government because it's a way of channelling some of the public funds given to the CBC to theatre, dance and music groups to help them develop. That last point is rarely acknowledged: the CBC is a financial pipeline to the artistic community, passing on more than \$150 million a year to freelance writers, actors, musicians, craftspeople and so on.

What other changes are necessary?

We must look for a better balance in commercial policy. We must sell hard when commercials are appropriate but reduce or eliminate them when they are not.

The foreign programs remaining in our schedule should include fewer American and more British and European productions.

We must greatly increase our work with private program producers in various parts of the country so as to reach our goal of obtaining 50% of our prime time drama and entertainment programming from the private sector.

And we want to find every possible way of cooperating with provincial broadcasting entities, such as TV Ontario, wherever they exist.

We have a very large country. We are geographically far apart. We have different languages and different cultures. Our economic problems are difficult because we are not numerous and we form a small market. Therefore, we need one another. We need to know and appreciate one another in spite of distances and differences. Television can help us powerfully in this respect. News and information programs are indispensable to keep our minds clear about what is going on here and around the world. But stories, fiction and drama deal with our past, our emotions, our dreams, our passions, our weaknesses, our strengths - as people, as individuals. They are a powerful means of communication not just with adults but also with children. Stories help see behind the appearances that make us different and help us to understand our disparities and our similarities. For children, they explain the past, the world around them and stir the imagination for the future.

And we also need to have fun together. We need to laugh together.

There is emphasis these days on the need for reconciliation in Canada. Television can be one of the most effective means to help Canadians better to appreciate one another. Not by preaching. Just by telling their stories.

There is no mystery about the so called CBC issue. It has been clear for a number of years. The trouble is that we say one thing and do another.

Compare the facts that I have just given you with what R.B. Bennett said in 1932 or with the paragraphs of the present Broadcasting Act which say that "the Canadian broadcasting system should be effectively owned and controlled by Canadians so as to safeguard, enrich and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada", and that the programming should be of "high standard using predominantly Canadian creative and other resources."

Have we been deceiving ourselves all these years? Is it not time for us to stop paying lip-service to the importance of Canadian broadcasting and start being more consistent with our principles?

There is currently a lot of talk about reviewing the mandate of the CBC. By all means let us consider what changes may be necessary. However, let us beware of the empty cliché that technology has rendered current broadcasting principles and objectives obsolete. It has made them more important. Let us beware of tinkering that would lead to an abdication of responsibilities and an admission of defeat. Letting down Canadian talent, letting down regions, letting down a difficult but indispensable tradition of Canadian broadcasting.

I have advocated changes here today, some of which affect attitudes on our part in the CBC: a greater consciousness of the fact that we are a service to the people; a high consciousness of the need to provide people with the best possible value for the funds provided to us; the importance of reviewing the financing of the CBC in view of the need for its independence in the field of information and the circulation of ideas; the need to make CBC television stronger - both regionally and nationally; making it more Canadian and more distinct from a broadcasting environment in Canada that is overwhelmingly foreign; the need to ensure the progress of CBC radio, not its deterioration.

I want you to know, I want the public to know, that we in the CBC are working to bring about the changes that are within our power. I know we can. And we are quite prepared to be accountable in this respect.

The Canadian stories are there to be told.

The artists, the writers, the composers, the craftspeople needed to transform those stories into distinctive, exciting television are in place, both within and outside the CBC, in the theatres, the dance companies, the orchestras, the film companies all across the country.

Amidst the myriad of other available voices, I believe that Canadians, now as when public broadcasting was first created in Canada, want at least one clear strong Canadian voice, from coast to coast, on the air waves of their own country.



Radio-Canada n'est pas un problème,
c'est une solution!

Une allocution de Pierre Juneau
Président de la Société Radio-Canada

Le 27 février 1985

Faculté de droit
Université de Toronto

Il est grand temps de cesser de parler de Radio-Canada comme d'un problème. C'est Maggie Siggins qui affirmait dans le Readers' Digest: "Cessons de démolir Radio-Canada". Radio-Canada n'est pas un problème. C'est une solution! La principale solution au dilemme dans lequel s'enferme notre système de radiodiffusion canadien qui, de jour en jour, est de moins en moins canadien.

La radio de Radio-Canada est une réussite. Tout le monde reconnaît ses qualités et son originalité. Vendredi dernier, Mike Boone écrivait dans la Gazette de Montréal que les émissions spéciales diffusées à l'occasion des anniversaires de Haendel et de Bach sont un vrai régal pour les amateurs de musique classique, et qu'elles rappellent à tous les auditeurs le rôle unique et essentiel de Radio-Canada sur la scène de la radiodiffusion canadienne. La taille des auditoires de la radio de Radio-Canada constitue aussi une réussite. Chaque semaine, les services radiophoniques atteignent plus de trois millions et demi de Canadiens; à Toronto, où la concurrence est la plus forte de tout le pays, CBL se classe au 5e rang parmi les 26 stations du marché.

Radio-Canada est une réussite dans le Nord du pays où elle offre un service de radio en neuf langues autochtones: l'Inuktitut, l'Inuvialukton, le Slavey, le Dogrib, le Hareskin, le Chipewyan, le Loucheux, le Cri et l'Attikamek. Le service de télévision donne également accès à des émissions produites par des sociétés de diffusion autochtones.

Certaines des émissions radiophoniques de Radio-Canada obtiennent même du succès aux États-Unis: AS IT HAPPENS et SUNDAY MORNING sont retransmises par plus de 30 stations dans la plupart des grands centres urbains comme New York, Chicago et Los Angeles.

Et que dire de Radio Canada International, qui diffuse en 12 langues et est écoutée en Amérique du Nord, aux Antilles, en Amérique latine, en Afrique et en Europe de l'Est et de l'Ouest? C'est un tel succès que lorsque la Société a voulu supprimer ce service il y a quelques années pour faire des économies, elle a provoqué un tollé général, même au Parlement. Pour tous les Canadiens d'ascendance polonaise ou ukrainienne, RCI est la voix qui parle à leur famille, leurs amis et leurs compatriotes qui vivent dans leur pays d'origine. C'est peut-être la voix du Canada qui porte le plus à l'étranger.

Venons-en maintenant à la télévision de Radio-Canada, et plus particulièrement à la télévision anglaise de Radio-Canada. Une certaine croyance populaire veut que la télévision anglaise coûte huit ou neuf cent millions de dollars par an. On lui attribue le budget global de la Société. En fait,

elle ne représente que 20% de ce budget, soit un montant bien inférieur à celui que la BBC ou le gouvernement français consacrent à leurs services de télévision.

La télévision de Radio-Canada remporte beaucoup de succès et offre des programmes de qualité. Laissez-moi vous donner quelques exemples récents. Le mois dernier, 2,1 millions de téléspectateurs ont vu CHARLIE GRANT'S WAR. Diffusée en même temps que le premier épisode d'une mini-série américaine de grande envergure présentée à CTV - ROBERT KENNEDY AND HIS TIMES -, c'est cette émission qui a attiré le plus grand auditoire; il était également supérieur à celui de REMINGTON STEELE ou de NEWHART, et le double de celui de séries américaines comme CHARLES IN CHARGE ou FACTS OF LIFE.

GENTLE SINNERS, un film tourné par Radio-Canada au Manitoba, a attiré pour sa part 2,2 millions de téléspectateurs, une cote d'écoute supérieure à celle de DYNASTY ou de ST. ELSEWHERE.

CHAUTAUQUA GIRL a attiré 2,6 millions de téléspectateurs la première fois et un million en reprise. Plus que le spectacle des EMMY AWARDS et que MAGNUM P.I.

Il faut citer également certaines émissions faites en collaboration avec des producteurs indépendants, comme FRAGGLE ROCK qui obtient 1,6 million de téléspectateurs, ou THE RACCOONS AND THE LOST STAR qui en attire

2,3 millions et, bien sûr, SONS AND DAUGHTERS, qui a gagné un Oscar, tout comme THE FIFTH ESTATE.

Les émissions de Radio-Canada sont donc un succès. Elles incarnent des valeurs canadiennes, permettent aux artistes canadiens de s'exprimer et présentent une image favorable du Canada au reste du monde. Cela est vrai non seulement dans le domaine de l'information, mais également dans le secteur extrêmement compétitif des dramatiques. J'espère que nous avons cloué le bec aux défaitistes qui soutenaient que les Canadiens ne sont pas capables de produire des émissions télévisuelles que les gens prennent plaisir à regarder.

A notre réseau français, les dramatiques les plus populaires sont toutes canadiennes. La saison dernière, LE TEMPS D'UNE PAIX et LA BONNE AVENTURE ont chacune régulièrement atteint des auditoires de deux millions de personnes. Par rapport à la population anglophone, ces auditoires représentent l'équivalent de 5 millions de téléspectateurs. L'émission LE TEMPS D'UNE PAIX est tellement appréciée à la fois du public et des critiques, et fait tellement partie de la culture canadienne-française, qu'elle fait souvent la manchette des quotidiens du Québec.

En semaine, LE TÉLÉJOURNAL et LE POINT de notre réseau de télévision français attirent entre six cent et huit cent mille personnes quotidiennement, tandis qu'au réseau anglais, THE NATIONAL et THE JOURNAL rejoignent de 1,5 à 2 millions de téléspectateurs, ce qui constitue un auditoire quotidien

total de plus de 2,5 millions de personnes pour nos émissions d'information présentées à 22 heures sur les deux réseaux.

Semaine après semaine, plus d'un million de téléspectateurs regardent MARKET PLACE et THE FIFTH ESTATE.

Que dire de l'auditoire total de la télévision de Radio-Canada? Certains font remarquer qu'il a décliné. Ils sont en retard de trois ans. Bien entendu, l'auditoire était plus important lorsque Radio-Canada détenait un monopole, et la part de l'auditoire de la télévision anglaise de Radio-Canada a naturellement diminué lorsque de nouveaux canaux de télévision et le câble ont étendu leur rayonnement à travers le pays. La part actuelle de la télévision anglaise est de 22 pour cent. C'est-à-dire que 22 pour cent du temps consacré à la télévision anglaise en général l'est à la télévision de Radio-Canada. Ce chiffre se compare à la part de CBS, NBC ou ABC aux États-Unis. Et il existe autant de concurrence dans les villes canadiennes qu'aux États-Unis, sinon davantage. Du côté français, la télévision de Radio-Canada retient entre 45 et 50 pour cent de l'auditoire.

Je ne pourrais m'adresser à un groupe comme le vôtre sans mentionner THE LAWYERS, une série animée par Patrick Watson et qui passe actuellement le dimanche soir. Qui, à part Radio-Canada, aurait eu la patience, le temps, le talent et, oui, l'argent, pour porter à l'écran cette belle évocation de la profession juridique?

Il ne faut surtout pas que Radio-Canada se repose sur ses lauriers. Comme tout autre organisme, il lui faut se renouveler. Pour utiliser une expression à la mode depuis une quinzaine d'années, elle a besoin de pensée créatrice ("lateral thinking"). Et lorsque cela signifie le changement, alors changeons!

Radio-Canada est en train de changer à plusieurs égards.

Premièrement, Radio-Canada doit être fondamentalement perçue comme un organisme de service, de service à notre pays, à l'avenir de notre pays, à la population de notre pays.

Nous devons rechercher les moyens possibles de jeter des ponts entre les diverses composantes de la société canadienne. Nous devons faire notre part pour essayer de résoudre ces problèmes. Les médias ont souvent tendance à dénoncer et à condamner les travers de notre société. Ils semblent avoir hérité d'une mission jadis dévolue au clergé.

Nous nous heurtons à des problèmes fondamentaux que tous les secteurs de la société canadienne admettent et qui sont très difficiles à résoudre: le chômage chronique; la réorientation, l'éducation et la formation de notre main-d'oeuvre; la productivité; le développement des marchés étrangers; la santé physique et mentale de nos citoyens du troisième âge et l'importance économique et politique des pays en voie de développement pour le Canada,

pour ne citer que quelques exemples. Nous devons traiter ces questions de façon plus systématique.

Nous faisons de grands efforts dans ce sens, bien entendu. Ainsi, la récente décision de notre réseau anglais de télévision de consacrer, durant une semaine, ses émissions d'information à l'Afrique constitue un exemple dont je suis très fier. J'aimerais également souligner l'initiative de notre nouvelle émission de télévision sur les affaires, VENTURE, qui s'efforce de comprendre, et d'expliquer aux Canadiens, le rôle du monde des affaires dans notre pays.

Une autre preuve de notre attachement à la notion de service, pour autrui et non pour soi-même, c'est le fait que nous sommes tenus d'être totalement équitables dans notre présentation des faits, des opinions et des idées dans nos émissions. Je pense d'ailleurs qu'à cet égard, Radio-Canada peut soutenir la comparaison avec les meilleurs médias du pays et même du monde, mais vu que nous jouissons d'un tel pouvoir à la radio et à la télévision, nous devrions nous efforcer d'être au-dessus de tout reproche.

Qu'en est-il de la rentabilité, c'est-à-dire de la notion que le contribuable en a pour son argent? J'aimerais qu'il n'y ait plus ni raison, ni prétexte, de ne pas donner à Radio-Canada les moyens dont elle a besoin pour faire un travail sans reproche dans le secteur de la programmation. J'aimerais donc que la saine gestion des fonds publics pratiquée par Radio-Canada, par tout son personnel, soit autant reconnue que l'est la

qualité de sa programmation. C'est un but que nous poursuivons avec détermination et nous avons déjà accompli d'énormes progrès en ce sens. On nous aiderait beaucoup si l'on reconnaissait les efforts que nous avons faits. Ce n'est vraiment pas juste d'ignorer les efforts que notre personnel a faits, et fait encore, pour éliminer toute dépense inutile et augmenter notre productivité.

Des institutions comme Radio-Canada ne pourront jamais éviter totalement que l'on fasse courir des bruits à propos de leurs finances. Pratiquement toutes les grandes entreprises sont victimes de ce genre de choses. Mais ces bruits ne devraient jamais voiler les efforts véritables que nous faisons pour être efficaces et créatifs, et donner au contribuable la pleine valeur de son argent.

En incluant les récentes compressions budgétaires, Radio-Canada aura absorbé bien au-delà de 420 millions de dollars en dépenses accrues au cours des sept dernières années, sans recevoir de financement correspondant. Cela représente plus de 60 millions de dollars par an. La plus grande part de cet argent représente une véritable réduction puisqu'il a servi à compenser des augmentations de coûts inévitables, comme celles imputables à l'inflation, la perte du pouvoir d'achat du dollar canadien, la hausse des taxes foncières et ainsi de suite, et pour lesquelles le gouvernement ne nous a pas accordé, et ne nous accorde toujours pas, de pleine compensation. Par exemple, la diminution du pouvoir d'achat du dollar canadien a

représenté, pour Radio-Canada, des coûts additionnels de 89 millions de dollars au cours des cinq dernières années.

Nous avons également injecté de l'argent dans la création ou l'amélioration d'émissions comme LE TÉLÉJOURNAL, LE POINT, THE NATIONAL et THE JOURNAL ainsi que dans les nouvelles dramatiques que nous avons commandées aux producteurs privés. En fait, en dollars constants, le financement que le gouvernement accorde actuellement à Radio-Canada est inférieur de 4,4 pour cent à celui de 1978-1979.

Quand on sait tout ce qui se dit sur le soi-disant gaspillage à Radio-Canada, il est bon de le répéter: Radio-Canada a absorbé, à même ses budgets courants, 60 millions de dollars en dépenses non compensées au cours de chacune des sept dernières années. En 1985-1986, la Société procédera à une réduction de 120 millions de dollars. Parallèlement, pourtant, la programmation s'est améliorée et nous avons augmenté la teneur canadienne.

Il est vraiment trop facile de supposer qu'un organisme comme Radio-Canada peut absorber des compressions budgétaires de cette importance sans que des conséquences se fassent sentir sur ses émissions, sur ses services ou sur son personnel. Il faut être naïf ou de mauvaise foi pour le croire. Au moins 65 pour cent des réductions actuelles sont appliquées aux frais généraux et administratifs. Le reste, bien sûr, touche les programmes et le personnel de production. Aux yeux de ceux qui sont victimes des coupures, les décisions prises ne sont jamais les bonnes. Tous soutiennent qu'il

aurait fallu prendre l'argent ailleurs. Et, bien sûr, le meilleur moyen d'économiser la totalité des 120 millions aurait été de réduire le nombre de vice-présidents!

Le mandat fondamental de la télévision de Radio-Canada, qui consiste à offrir une programmation canadienne, a déjà beaucoup souffert des réductions budgétaires et en souffrira davantage. Il ne fait aucun doute que la teneur canadienne de notre programmation, atteinte à coup de grands efforts, diminuera en 1986-1987. Si nous devons subir une réduction supplémentaire, les conséquences seraient désastreuses pour notre télévision réseau et nos stations régionales.

On retrouve la même situation à la radio. Il ne sera désormais plus possible de réaliser le genre d'émissions qui ont fait la renommée de Radio-Canada à l'étranger, telle l'émission de l'an dernier sur George Orwell ou les séries actuelles sur Bach et Haendel.

Depuis 20 ans, alors que le câble et les satellites nous ont apporté un nombre grandissant d'émissions étrangères, nous avons été incapables de renforcer la programmation canadienne de Radio-Canada. On a beaucoup parlé. Il y a eu beaucoup de conférences et d'audiences du CRTC, et beaucoup d'études, mais à part les taxes sur les recettes du câble et le Fond de développement de la production d'émissions, peu de gestes concrets.

Pourquoi a-t-on omis de se pencher sur le problème du financement de Radio-Canada au cours des années? Pourquoi continue-t-on de financer Radio-Canada comme s'il s'agissait d'un ministère ou d'un organisme administratif alors que la Société s'apparente davantage à une entreprise industrielle ou d'exploitation? Par exemple, Radio-Canada ne peut emprunter sous aucun prétexte. Dans ces conditions, comment une entreprise peut-elle fonctionner efficacement? Comment peut-elle tirer parti des technologies de pointe? Comment peut-elle se préparer efficacement à s'adapter à l'évolution de la radiotélédiffusion alors que ses projections financières doivent se limiter à une année à la fois? Le Conseil d'administration de Radio-Canada, tout comme le vérificateur général, reconnaissent ce problème. Bon nombre de nos dirigeants politiques qui ont l'expérience du milieu des affaires et de l'industrie le reconnaissent également.

Pourquoi Radio-Canada, tout en restant imputable, n'est-elle pas protégée de l'agacement inévitable que ses responsabilités journalistiques suscitent parmi ceux qui la financent? Radio-Canada est un des organismes journalistiques les plus importants du pays: ses deux réseaux de télévision, ses quatre réseaux de radio, ses 67 stations de radio française et anglaise, ses 30 stations de télévision française et anglaise produisent, chaque semaine, plus de 400 bulletins de nouvelles quotidiens et plus de 1 000 heures d'émissions d'information.

Naturellement, il y aura des erreurs. Il n'est pas toujours facile de contenir les préjugés. Mais quel genre de problèmes politiques et financiers pensez-vous que le Toronto Star et le Globe and Mail auraient s'ils étaient financés par le Parlement? Il s'agit là certes d'une question aussi importante que celles qui ont été soulevées par les journaux après le rapport de la Commission Kent.

Un homme politique chevronné m'a décrit un jour la situation de cette façon: le problème de Radio-Canada, c'est que son activité journalistique agace les hommes politiques; à l'instar du mercure dans le poisson, cet agacement s'accumule et reste là. Au moment de prises de décisions difficiles, financières par exemple, le résidu de sympathie est plutôt faible; le niveau de mercure est trop élevé.

On parle du besoin de revoir le mandat de Radio-Canada. Je crois qu'il est encore plus important de réexaminer et de renforcer notre croyance dans les raisons d'être et les principes fondamentaux qui ont présidé à la création de la Société. On est même allé jusqu'à affirmer que "l'on doit garantir à notre pays que la radiodiffusion de source canadienne soit totalement contrôlée par les Canadiens, et libre de toute ingérence ou influence étrangère". On hésite à citer une affirmation aussi radicale. Elle a été avancée, en fait, par R.B. Bennett, ce premier ministre conservateur à qui l'on doit la création de ce qui est devenu la Société Radio-Canada, aux débuts des années 30. A mon sens, affirmer que la technologie a rendu le

mandat de Radio-Canada caduc équivaut à du radotage; en fait, selon moi, c'est le contraire qui s'est produit.

La technologie a rendu Radio-Canada encore plus indispensable parce qu'elle a permis l'importation d'un nombre de plus en plus grand d'émissions américaines au Canada. Et maintenant, le problème est de savoir ce qu'il faut faire pour contrebalancer cette situation. Cette question n'a rien de nouveau. Il suffit de lire l'histoire de la radiotélévision pour s'en convaincre. Déjà, en 1932, cette situation prévalait à l'égard de la radio. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle la SRC a été créée.

Il est par conséquent impératif d'apporter des changements dans notre programmation réseau à la télévision, autant du côté français qu'anglais. Nous devons produire plus d'émissions de télévision du genre de celles dont je parlais plus haut. L'insuffisance de ce genre d'émissions est le problème le plus important de la télévision canadienne depuis ses débuts il y a 33 ans.

Je me demande parfois si nous ne nous disputons pas continuellement à propos de la télévision de Radio-Canada tout simplement parce que nous ne voulons pas voir la réalité en face. Cette réalité, pourtant, est tout à fait évidente. Nous avons étudié le problème sous tous les angles. La réalité nous crève les yeux.

Pourquoi la radio de Radio-Canada a-t-elle autant de succès? Parce qu'elle se compose de deux réseaux de radio, AM et FM, qui offrent un service suffisamment large pour répondre aux divers besoins des Canadiens. Parce qu'il s'agit d'un service avant tout canadien et tout à fait différent de celui qu'offrent les autres.

Mais examinons le cas de la télévision anglaise.

Le problème qui se pose est clair. Nous le connaissons tous. La télévision anglaise de Radio-Canada n'est pas suffisamment canadienne. Sa grille-horaire est trop chargée d'émissions américaines. De ce fait, elle ne se distingue pas suffisamment des télévisions canadiennes privées et des télévisions américaines; par conséquent, elle ne semble pas indispensable.

Comment expliquer la chose? Par le fait que nous n'avons pas les moyens d'être davantage différents. Nous sommes différents mais pas suffisamment. Lorsque nous le sommes, nous réussissons fort bien. Nos émissions de nouvelles et d'affaires publiques sont nombreuses, pertinentes et de bonne qualité. Aux heures de grande écoute, nous diffusons probablement davantage d'émissions d'information que tout autre réseau du monde occidental.

Plus que les grands réseaux américains en tout cas.

Ce sont plutôt les dramatiques et les émissions de divertissement qui laissent à désirer. Nous n'avons pas les moyens de produire, de coproduire

avec le secteur privé, ou d'acheter, suffisamment d'émissions traitant du Canada ou des Canadiens. Il faut 10 fois plus d'argent pour produire une dramatique canadienne au réseau anglais que pour en acheter une aux Américains.

La télévision constitue le principal mode de divertissement dans le monde occidental. Les Canadiens passent en moyenne 23 heures par semaine devant le petit écran. Et que regardent-ils? Avant de répondre, j'aimerais prendre un instant pour comparer la situation dans trois pays que nous connaissons tous bien: les États-Unis, la Grande-Bretagne et le Canada.

Aux États-Unis, cette semaine, les trois grands réseaux commerciaux transmettront chacun, aux heures de grande écoute, 22 heures d'émissions. Si on élimine l'émission d'information occasionnelle, il reste que CBS, NBC et ABC diffusent ensemble, chaque semaine, près de 60 heures de comédies et de films d'aventures.

Ce sont souvent d'excellentes émissions. Mais toutes mettent en scène des Américains et traitent d'expériences américaines.

Voyons voir ce qui se passe en Grande-Bretagne. Cette semaine, sur leurs quatre réseaux de télévision, les téléspectateurs d'outre-Atlantique pourront voir près de 30 heures de dramatiques britanniques. A la BBC, on pourra voir 15 pièces, films d'aventure et comédies de situation - des histoires sur Whitehall et Scotland Yard - des comédies dont l'action se déroule à Londres ou à Glasgow. Par ailleurs, sur les réseaux commerciaux,

on pourra également voir, au total, 15 autres émissions allant de la comédie à la dramatique la plus sérieuse.

A Radio-Canada, si l'on examine la programmation de l'année entière, on se rend compte qu'en général, sur deux dramatiques prévues à l'horaire, une seule est une primeur, l'autre étant une reprise. Et, bien entendu, nous n'avons pas les moyens de produire plus de trois ou quatre grandes dramatiques de qualité par saison; cette année, par exemple, seulement cinq des épisodes de FOR THE RECORD sont nouveaux. En tout et pour tout, Radio-Canada doit se contenter d'offrir aux téléspectateurs canadiens anglophones moins de quatre heures de dramatiques canadiennes originales au plus fort de la saison hivernale. Il y a 30 nouveaux épisodes de DALLAS cette saison, et 22 de REMINGTON STEELE. A l'inverse, notre série SEEING THINGS n'aura que huit nouveaux épisodes. Nous ne diffuserons que deux productions de Stratford en 1984-1985, et deux encore en 1985-1986.

Il en résulte que de tous les scénarios présentés à la télévision anglaise au Canada, tout au plus 4 à 5 pour cent sont canadiens, soit pas plus de un sur vingt. Près de 95 pour cent d'entre eux sont américains. Voilà ce que nous voyons sur nos écrans de télévision. Voilà ce que les jeunes y voient.

Je n'affirme pas qu'on a tort de regarder des émissions américaines, loin de là. Je dis tout simplement que les Canadiens les regardent parce qu'ils n'ont pas d'émissions canadiennes semblables sur leurs écrans. Lorsqu'on

leur en offre, ils les regardent, qu'il s'agisse de comédies de situation, comme SEEING THINGS, ou de dramatiques sérieuses, comme THE OTHER KINGDOM, CHARLIE GRANT'S WAR, GENTLE SINNERS ou THE TIN FLUTE.

Nous devrions faire connaître à tous les téléspectateurs canadiens le génie de notre théâtre régional. Nous avons pu le faire au cours des dernières années en présentant l'extraordinaire MA MURRAY, de Vancouver, la merveilleuse reconstitution de la légende de Joey Smallwood, de Sain-Jean, et l'inoubliable SAGOUINE, d'Antonine Maillet. Cette saison, nous avons mis à l'horaire PRAIRIE CHURCH, d'Edmonton, et WAITING FOR THE PARADE, de London. Quant aux grandes troupes de théâtre, nous avons diffusé les meilleures productions du festival de Stratford au cours des dernières années, et nous avons présenté également une production du Shaw Festival. Je suis convaincu que chaque année, nous devrions présenter au moins 10 des meilleures productions du théâtre canadien.

Je tiens à préciser, encore une fois, que ce n'est pas tant le fait que nous regardions des récits américains sur nos écrans qui m'inquiète. Ce qui me préoccupe, c'est que nous ne racontions pas tous ces récits canadiens qui valent la peine d'être mis en scène et regardés, toutes ces histoires qui doivent être contées et qui n'attendent que cela.

Il y a tant de choses à changer, toujours pour atteindre notre principal objectif, celui de faire de Radio-Canada une télévision plus distinctive et vraiment indispensable. Nous devons collaborer davantage avec les groupes

d'acteurs, de danseurs, de musiciens et de chanteurs d'opéra de tout le pays; rappelez-vous que, lorsqu'un spectacle est vu par un million de téléspectateurs, cela équivaut à remplir une salle de 3 000 places chaque soir, durant toute une année, avec des gens venant de partout au pays.

L'argent consacré à une programmation artistique de qualité à l'écran est de toute évidence de l'argent bien dépensé, ce que confirme d'ailleurs une étude du gouvernement fédéral menée en 1981. D'accès facile, la télévision est considérée comme un véhicule important de la culture pour les adultes en général et, en particulier, pour les jeunes de 15 à 17 ans. De ce fait, quel meilleur moyen d'accroître l'intérêt des Canadiens de tous âges et de toutes les parties du pays pour la culture au Canada qu'en augmentant la programmation de qualité à la télévision?

C'est là une excellente affaire pour toutes les parties intéressées; pour Radio-Canada, d'où provient une bonne part de la programmation canadienne distinctive dont nous avons besoin; pour les troupes, parce que cela fait connaître leurs productions partout au pays; pour le gouvernement, parce que c'est un moyen de canaliser une partie des fonds publics distribués à la SRC vers les milieux du théâtre, de la danse et de la musique pour les aider à se développer. On reconnaît rarement ce dernier point: la SRC est une source de vie pour la communauté artistique, parce qu'elle distribue plus de 150 millions de dollars par année aux auteurs, acteurs, musiciens, artisans et autres travaillant à la pique.

Quels autres changements s'imposent?

Nous devons trouver un meilleur équilibre en matière de politique commerciale: vendre beaucoup lorsque les publicités conviennent, mais les réduire ou les éliminer lorsqu'elles ne sont pas de mise.

Les émissions étrangères encore à l'horaire devraient inclure moins d'émissions américaines et d'avantage d'émissions de Grande-Bretagne et d'autres pays européens.

Nous devons collaborer nettement plus avec les producteurs privés de toutes les régions du pays, de manière à atteindre l'objectif que nous nous sommes fixé: nous procurer, auprès d'eux, 50% des dramatiques et émissions de divertissement que nous diffusons aux heures de grande écoute.

Et nous voulons trouver tous les moyens possibles de travailler avec les diffuseurs provinciaux, comme TV Ontario.

Notre pays est très vaste. Nous sommes séparés par de très grandes distances. Nous possédons des langues et des cultures différentes. Nous faisons face à des problèmes économiques de taille, car nous ne sommes pas nombreux et formons un marché restreint. C'est pour cela que nous avons besoin les uns des autres. Nous avons besoin de nous connaître et de nous apprécier en dépit des distances et des différences. La télévision peut nous aider énormément à cet égard. Les émissions de nouvelles et

d'information sont indispensables pour que nous sachions parfaitement ce qui se passe chez nous et dans le reste du monde. Mais les histoires, la fiction et le théâtre traitent de notre passé, de nos émotions, de nos rêves, de nos passions, de nos forces et de nos faiblesses - en tant que peuple et en tant qu'individus. Ils représentent des moyens de communication puissants, non seulement pour les adultes, mais également pour les enfants. Les histoires nous aident à voir au-delà des apparences qui font de nous des êtres différents et nous aident à comprendre nos disparités et nos ressemblances. Pour les jeunes, elles expliquent le passé, le monde qui les entoure et elles stimulent leur imagination.

Et nous devons également nous amuser ensemble. Nous devons rire ensemble.

Ces temps-ci, on insiste beaucoup sur le besoin de réconciliation au Canada. La télévision peut effectivement être un moyen des plus efficace pour aider les Canadiens à mieux s'apprécier les uns les autres. Non pas en prêchant la bonne parole, mais simplement en racontant leurs histoires.

Je le répète, la question de Radio-Canada n'a rien d'énigmatique. La situation est connue depuis un certain nombre d'années. Notre problème, c'est que nos paroles et nos gestes ne concordent pas.

Comparez les faits que je viens de vous exposer avec les propos de R.B. Bennett, en 1932, ou avec les paragraphes de la présente Loi sur la radiodiffusion qui énoncent que "le système de la radiodiffusion canadienne

devrait être possédé et contrôlé effectivement par des Canadiens de façon à sauvegarder, enrichir et raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada", et que la programmation devrait être "de haute qualité et utiliser principalement des ressources canadiennes créatrices et autres".

Nous sommes-nous leurrés durant toutes ces années? N'est-il pas temps de mettre fin à ce beau discours sur l'importance de la radiotélévision canadienne, et de commencer à mieux respecter nos principes?

On parle beaucoup, actuellement, de revoir le mandat de Radio-Canada. Oui, voyons quels changements sont nécessaires. Mais méfions-nous de ce cliché qui veut que la technologie ait rendu caducs nos principes et objectifs de radiodiffusion actuels. Au contraire, elle n'a fait qu'accroître leur importance. Méfions-nous des petites retouches qui conduiraient à renoncer à nos responsabilités et à admettre notre défaite. N'abandonnons pas les artistes canadiens, les régions, la difficile mais indispensable tradition de la radiotélévision canadienne.

J'ai préconisé des changements devant vous aujourd'hui, dont certains portent sur nos attitudes à Radio-Canada: nous devons prendre davantage conscience du fait que nous offrons un service à la population; que nous devons offrir aux gens un produit de la plus grande qualité possible en échange des fonds qui nous sont fournis; qu'il importe de repenser le mode de financement de Radio-Canada, compte tenu de son besoin d'indépendance

dans le domaine de l'information et de la circulation des idées; que nous devons renforcer la télévision de Radio-Canada - à l'échelon régional et national - et affirmer davantage notre caractère canadien dans un milieu largement dominé par les émissions étrangères; que nous devons permettre à la radio de Radio-Canada de progresser et non pas de se détériorer.

Je veux que vous sachiez, et je veux que le public le sache aussi, qu'à Radio-Canada, nous procédons actuellement aux changements qui relèvent de notre pouvoir. Je suis sûr que nous réussirons. Et nous sommes tout à fait prêts à rendre des comptes à cet égard.

Les récits canadiens sont là pour être contés.

Les artistes, les auteurs, les compositeurs et les artisans dont nous avons besoin pour en faire des émissions de télévision distinctives et passionnantes sont en place, à la fois à Radio-Canada et ailleurs, dans les théâtres, les troupes de danse, les orchestres et chez les producteurs de films partout au pays.

Je suis convaincu que les Canadiens, aujourd'hui comme aux premiers temps de la radiodiffusion publique, veulent avoir au milieu de cette panoplie de médias qui les entoure, au moins une voix canadienne qui s'exprime avec force et clarté sur nos ondes, d'un océan à l'autre.

CA1
BC
-S77



An address by Pierre Juneau
President of the CBC
to the Annual Meeting of
the Canadian Film and
Television Association



April 12, 1985

Plaza II
Toronto

(Check against delivery)

About six weeks ago I made a speech at the University of Toronto Law School which was intended to demonstrate that the CBC is not a problem but a solution to a problem. I am absolutely convinced of this, and I am equally convinced that it is an indispensable solution for private producers.

No country the size of Canada, no country in Europe, and few in the world have sought to resolve their film and broadcasting problems without a strong public broadcasting organization. The United States comes closest but it is an exception and there are many Americans who feel that the U.S. would benefit from a stronger public component in its broadcasting system. To assume that such a pervasive and powerful means of communication should be operated purely as a profit-oriented system and ignored as a cultural, social and educational instrument seems to me to verge on the irresponsible.

We ought to be grateful that all governments in Canada for the last 50 years have clearly acknowledged this fact. Sir John Aird who, as a banker, was probably not overly sympathetic to the intrusions of the state, set the tone in 1928 when he said of broadcasting that the interests of the Canadian nation "...can be adequately served only by some form of public ownership, operation and control..." R.B. Bennett echoed this view four years later in the debate which resulted in the founding of the CRBC, the predecessor of the CBC. Bennett said that "this country must be assured of complete Canadian control of broadcasting from Canadian sources. Without such control broadcasting can never be the agency by which national consciousness may be fastened and sustained and national unity still further strengthened..." Radical words - one almost hesitates to use them today. But I'm not alone. The Minister of Communications, M. Masse, has made them the theme of two of his most recent speeches on broadcasting.

I welcome the initiative taken by the Minister to review the Canadian Broadcasting System. Whether I will welcome the results remains to be seen. As the Minister says, we do need to arrive at a new consensus with respect to public broadcasting.

It is also true that the broadcasting environment has not only changed but is continuing to change dramatically. There are no electronic walls today and Canada must be prepared to not just react in a defensive manner but

also to look to the new opportunities which lie within these changing conditions. Therefore, it is important that the study consider the "evolution of the Canadian broadcasting system through the end of the century", as the Minister put it, and not just for the next few years.

The CBC will, of course, be a willing participant in the process. We have been and are looking at the implications of new distribution and production systems using satellites and digital technology, at more efficient and more economic use of the broadcast spectrum, and at the distribution of Canadian programs not only within this country but also abroad. The system is as complex as it is fragile and, if we are to make the best use of the opportunities available to us, then we will have to work together with private broadcasters, private producers, the cable companies, provincial production funds, government educational agencies, performing arts groups across the country and the whole creative community of Canada.

Now what about the matter that brings all of us here today, the relationship between the CBC and the private film and television producers? I see nothing mutually exclusive in the existence of a strong public broadcasting organization and a flourishing private production industry. Quite the opposite! I think that the relationship and interdependence of the two was most aptly summarized in the brief submitted some months ago to the CRTC by your organization concerning

the renewal of the CBC's network licences. That intervention stated, in part: "The continued health of the CBC is vital to the whole industry and the contribution of the private sector is vital to CBC Television".

I couldn't agree more with that statement and it seems to me that it becomes truer every day. On the one hand, your experience with the other players in the Canadian television business demonstrates rather clearly that life without a healthy CBC would be far from easy. On the other hand, we must fully acknowledge that the creative forces of the private production industry are essential to the achievement of our objective of a distinctively Canadian television service. We won't always see eye to eye because it is a business relationship. But we need each other; it's as simple as that.

I am very aware that for many of your members the past few months have been very difficult ones; the delays have been agonizing, the cycle of production has been disrupted and there are few things more dispiriting than waiting for the resolution of problems over which you have no control. They have been difficult times for the CBC and its employees too, but I feel a spirit of cautious optimism about the future which I hope you share. I was particularly encouraged by the words of the Minister of Communications when he spoke in Toronto a couple of weeks ago and I think what he said should be as heartening to you as it was to me. "This government intends to ensure that public broadcasting not only

survives, but prospers, in the coming years". He spoke of the unique contribution of the CBC, of the need to maintain our commitment to airing Canadian-made programs on our national television service. He stressed that "a public, governmental commitment to providing a Canadian alternative is more important than ever" and that "we must continue to reflect the Canadian experience ... Canadian history, drama, music, dance, even politics ... through the public broadcasting system ..." These are sentiments which we can all endorse with the greatest enthusiasm and which are clearly reflected in the goals which the CBC has set for the improvement of its television services.

It is a matter of crucial importance for you to know what those goals are, whether they have changed as a result of recent events and, if so, in what way. I want to reassure you, and it's my major reason for accepting your invitation to speak to you today, that our strategic objectives have not changed. The means of bringing those objectives about have not changed. The timetable for doing so has not changed.

We are committed to making English Television a broad-based, popular, distinctively different and, above all, identifiably Canadian service. We are determined to increase the viewing of Canadian programs on the CBC. We intend to continue to reduce foreign programming in prime time; our goal is to bring it down by one hour per week or 26 hours per year in the peak season until those programs represent no more than four hours a week of our prime time schedule, with a significant proportion of foreign

programs coming from the U.K. and Europe, rather than from the U.S. Outside prime time we must bolster our programming for children and youth, building on the success of the relationship that has already been established with several of your members. We have similar goals for our French television network.

Even though we are facing a difficult financial situation, we must try to stick to our original schedule by completing the replacement of foreign programs by 1988-89. Most important, we regard you as our partners in this enterprise; it is still our firm intention that 50% of prime time programs in drama, variety and entertainment generally, come from private producers as we reach our goal of Canadianizing English and French television.

We're optimistic that we can bring it off if some of our financial problems are resolved. We think that the record so far gives grounds for optimism. Up to the end of February 1985 the English and French networks of the CBC had committed between 35 and 40 million dollars to projects to be co-financed by Telefilm, involving the payment of about \$17 million in cash to independent producers in 1984-85.

This represents some 135 productions in drama, variety and children's programming, and including regional programs and programs in development. It amounts to about 400 broadcast hours.

Much of this production has not yet been scheduled for telecast but I know I speak for both networks when I say that we are very pleased both with the programs that have been delivered so far and with the remarkable number of high quality ideas that continue to come in. Both Denis Harvey and Pierre DesRoches tell me that they receive many fully scripted proposals every week; that they have on hand a substantial number of projects which would merit the investment of money right away if we had it, at every stage from script development to actual production. What is even more encouraging is that these are Canadian stories, reflecting our own themes and our own locations.

The result is that we have an exciting and comprehensive line-up of projects in various stages of development - feature films, mini-series, sitcoms and music and variety productions. On the English network we're looking forward to 22 new episodes of DANGER BAY, co-produced by Paul Saltzman with the Disney Channel; ANNE OF GREEN GABLES, co-produced by Kevin Sullivan with PBS for the Wonderworks series; a new Toller Cranston special co-produced by Don Davis and Paul Palmer; two features, TOBY MCTEAGUE shot in Montreal and Wendy Wacko's STRIKER'S MOUNTAIN, a co-production with Allarcom/Superchannel shot in Alberta. We're also committed to seven new half-hours on the Children's International Festival in Vancouver, two one-hours with the Victoria Symphony and a further two hours on the Bach Festival called BACH MAGNIFICAT. We have made some commitments in the field of documentary series, notably six new hours of the AMERICAN CENTURY with Michael MacLear and Ian McLeod, and we are talking about an international co-production on DEMOCRACY with Patrick Watson.

We are now actively in negotiation for two new sitcoms, which may be on the air next January, 8 to 10 features, two mini-series, three or four children's series and about 10 to 12 prime time variety specials.

Our French network is just as busy. We have played an active role in licensing and/or investing in a dozen or more independently produced feature films ranging from UNE JOURNÉE EN TAXI to LA GUERRE DES TUQUES. We are committed to broadcast 13 episodes of a téléroman next fall called UN AMOUR DE QUARTIER and there's another one entitled MANON in an advanced stage of development. In variety we have scheduled six one-hour programs on popular song in Quebec and upcoming is a five one-hour series on humour derived from the Festival Juste Pour Rire. We're working on a major European co-production of 32 animated half-hours for children. We're involved in Denis and Justine Héroux's six-hour mini-series plus feature called LE MATOU developed and scheduled in co-operation with Radio-Québec, and next year's prime time schedule will include both the feature and mini-series entitled LE CRIME D'OVIDE PLOUFFE.

It's quite a list. Nevertheless, we would still like to see proposals for popular series. Much of what we want to do on the English network involves replacing popular, heavily-promoted U.S. sitcoms or adventure series with high audience loyalties. Replacing them with one-shot programs simply will not work. We must have Canadian series with high production values which generate the same kind of interest on the part of the audience. You will also have noticed that many of the projects I have

mentioned originate from, or portray or were produced in different parts of the country. It is very important that what we put on the air has a sense of relevance for Canadians in all regions and that producers in all parts of the country are encouraged to submit their ideas.

Much of this would not have been possible - for either of us - without another public institution, namely Telefilm. The CBC has made enormous efforts to access its share of the Telefilm fund, both before the budget cut and after. Given that we received no additional funding when Telefilm was created and that the additional money we had planned to invest on an ongoing basis was swept away in the budget cut, I am satisfied that we have done all we can to take advantage of the fund. Let me say again that I appreciate what many of you have gone through in recent months, but I am confident that we can make the new rules work to our mutual advantage and to the advantage of the audiences we serve.

In fact, we have already taken a comprehensive look at the impact of the new Telefilm rules on our operations and there is no doubt that they will have a favourable impact both for your members and for the CBC in 1985-86. Our commitments to English and French independent producers this year should result in a cash payment of \$15 million. Because of the changes in the rules the value of the CBC's investment to the private production industry will be considerably increased. It is our belief that it will trigger an estimated \$75 million of production, much more than would have been the case without a change in the rules.

We are all aware that the new rules concerning Telefilm's financial participation are for the 1985-86 fiscal year only and obviously we will do everything we can to contract for as much programming as possible before the cut-off date. However, it's equally apparent that work has to start quickly on a longer-term financing solution both for the industry and for the CBC. We have made proposals to the government which may enable us to achieve our objectives for the replacement of foreign programs and for a continued high level of activity with the private production industry. Even though we have already made substantial reductions in administrative expenses, we are pursuing efforts to find further savings so as to direct more money into programming. So while I cannot be specific about 1986-87 and beyond, I am optimistic that tight management and responsible proposals to government will allow us to capitalize on the excellent work that has been done so far. However it would be very unwise to create more work for independent producers by cancelling CBC produced programs and bringing about more layoffs at the CBC.

I want to talk now about a topic that I know is a source of interest to many of your members - the proposed Toronto Broadcast Centre. With the agreement of the Minister of Communications, the pre-qualification call for developers has already been issued; the project was enthusiastically endorsed by the Minister at a recent reception given jointly by the CBC and the Mayor of Toronto. Mr. Masse called the Broadcast Centre "a significant contribution to improving the operations of the Canadian

Broadcasting Corporation ... a magnificent addition to Toronto ... and a part of the CBC's future".

Having said that, I want to give you certain assurances, or reassurances since some of these are points I have tried to make on previous occasions to many of your members. First, it is not our intention to bring "in house" any of the craft functions or services now obtained from private companies. We have been well served over the years by those of you who are the providers of film processing and editing services and other aspects of post production and we are very conscious of the contribution you have made.

Second, our calculations with regard to studios and related support areas are based on a mean or base production load and are not designed to meet the peaks of production. The assumptions that have been made in planning the building are precisely those that I mentioned earlier; in fact the original planning base for television studios has been substantially reduced to bring it in line with our intentions with regard to private sector procurement.

In last Saturday's Globe and Mail I was quoted, correctly, as saying that we can turn the CBC's English television service around in three years. The evidence is there already; we are offering more and better Canadian programs, both from the private sector, such as HOCKEY NIGHT and

DANGER BAY, and from within the CBC, such as CHAUTAUQUA GIRL and CHARLIE GRANT'S WAR. With your help and with reasonable financial support we can bring about a transformation of Canadian television, free the creative spirit of our writers, actors and producers, guarantee the on-going viability of an already substantial industry and improve public television in Canada.

The way we will do that is to make still more and better Canadian programs - more fiction, more children's programs, more variety, more programs relevant to Canadians. That's the main objective. We'll do it by strengthening their appreciation for their public broadcasting service. We won't do it by fighting among ourselves for a share of an ever-diminishing CBC program output. It isn't just that bickering of that kind is sterile and unproductive. The real problem is that the product - high quality television programming - gets forgotten in the argument. The central point - the Canadian public broadcasting system - gets forgotten. The audience gets forgotten. We have done too much of that in the past; I think it's time we faced the key problem in our system which is the need for more Canadian programming.

We each have a role to play. Private producers bring a particular combination of creative energy and entrepreneurial skill to the projects they advance. By the same token, there are some projects, and some people, whose potential can only be developed within a public sector organization such as the CBC. It also means that the CBC has to make the

best use of the funds at its disposal because we all recognize that the scale of activity will only increase if the CBC can continue to increase its programming investment together with Telefilm and private investors.

We recognize that the economic problems facing the country make the prospect of new government funding very difficult, so we are looking for ways of injecting more money which do not make unrealistic demands on the public purse. One proposal we have made is that the CBC be given an incentive to improve the effectiveness of its commercial activities by being allowed to keep all the advertising revenue it earns over and above the target which is established with the government at the beginning of each fiscal year. I know that there are some people who feel strongly that increased commercial activity is at variance with the idea of a distinctive public broadcasting service. My belief is that we can reconcile those two ideas provided that we keep our mandate, and our cultural purpose and the interests of our audience clearly in mind.

Let me say a final word on my theme of co-operation. I sometimes think that we have a mania for discovering what divides us rather than what we have in common, whether it be unions versus management, regions versus the major centres, private producers versus CBC producers, radio versus television, French versus English. Sometimes it's inevitable and occasionally it's useful but in the end it does not help to solve the basic problem. That solution will come when we stop fighting over the territory and work together to develop it, when we find ways to use all the talent this country has to offer, when we can offer our audiences the quality and quantity of Canadian television they have every right to expect.



Allocution de Pierre Juneau
président de la SRC,
lors de l'assemblée générale
de l'association canadienne
de cinéma-télévision

le 12 avril 1985

Plaza II
Toronto

(À vérifier au moment du discours)

Il y a six semaines environ, dans un discours à la Faculté de droit de l'Université de Toronto, j'avançais que la Société Radio-Canada n'est pas un problème en soi, mais plutôt une solution à un problème. J'en suis absolument convaincu et je suis également convaincu qu'elle représente une solution indispensable pour les producteurs indépendants.

Il n'existe pas un seul pays de la taille du Canada, pas un seul pays en Europe, et peu de pays dans le reste du monde, qui aient cherché à résoudre leurs problèmes de cinéma et de radiotélévision sans recourir à un organisme de radiotélédiffusion publique puissant. Il y a bien peut-être les États-Unis, mais c'est une exception, et beaucoup d'Américains estiment qu'ils auraient tout avantage à disposer d'un service public plus fort dans leur système de radiotélévision. Prétendre qu'un moyen de communication aussi étendu et aussi puissant ne devrait être exploité qu'à des fins

lucratives, sans tenir compte de ses dimensions culturelle, sociale et éducative, me semble pure chimère.

Nous devrions nous estimer heureux que tous les gouvernements canadiens des 50 dernières années aient clairement admis ce fait. Sir John Aird qui, en qualité de banquier, ne voyait probablement pas d'un très bon oeil les intrusions de l'État, a donné le ton en 1928 lorsqu'il a dit à propos de la radiodiffusion que les intérêts du pays "...ne pourraient être servis adéquatement que si l'on adoptait un certain mode de propriété, d'exploitation et de contrôle publics..." R.B. Bennett a repris cette idée quatre ans plus tard dans le débat qui a abouti à la fondation de la Commission canadienne de la radiodiffusion, prédécesseur de Radio-Canada. Bennett disait que "le pays doit avoir le contrôle de la radiodiffusion canadienne. Sans un tel contrôle, la radiodiffusion ne sera jamais un organe de communication pour la diffusion de la pensée et des idéaux nationaux, ni un outil pour promouvoir et renforcer l'unité nationale..." Ce sont là des paroles radicales que l'on hésite presque à citer aujourd'hui. Mais je ne suis pas seul à le faire. Le ministre des Communications, M. Masse, en a fait le thème de deux de ses plus récents discours sur la radiotélévision.

J'accueille favorablement la décision du ministre de revoir le mandat du système de radiotélévision canadien. Quant aux résultats, il reste à voir si je les apprécierai autant. Mais comme le dit M. Masse, nous devons trouver un nouveau consensus au sujet de la radiotélévision publique.

Il est également vrai, que le milieu de la radiotélédiffusion a changé et continue à changer radicalement. On ne peut plus bloquer les ondes et le Canada ne doit pas seulement se contenter d'être sur la défensive, il doit aussi se prévaloir de toutes les occasions nouvelles qu'offrent ces conditions changeantes. C'est pourquoi il est important que l'étude tienne compte de "l'évolution du système canadien de radiodiffusion jusqu'à la fin du siècle" ainsi que l'a déclaré le ministre, plutôt que de se limiter aux prochaines années.

Radio-Canada acceptera bien sûr volontier de participer à ce processus. Nous étudions depuis un certain temps déjà les conséquences qu'entraîneront les nouveaux systèmes de distribution et de production utilisant les satellites et la technologie numérique, nous recherchons des moyens d'utiliser le spectre de diffusion de façon plus efficace et plus économique, et nous nous efforçons de distribuer les émissions canadiennes non seulement dans notre pays, mais également à l'étranger. Le système est aussi complexe que fragile et, si nous voulons tirer le meilleur parti possible des occasions qui s'offrent à nous, nous devons travailler en collaboration avec les diffuseurs privés, les producteurs privés, les câblodistributeurs, les fonds de production provinciaux, les réseaux éducatifs provinciaux, les troupes d'arts d'interprétation du pays entier ainsi que le monde artistique du Canada dans son ensemble.

Mais passons au sujet qui nous réunit tous ici aujourd'hui, c'est-à-dire les rapports entre Radio-Canada et les producteurs privés de cinéma et de

télévision. Je ne vois rien d'incompatible dans l'existence d'un organisme de radiotélévision public fort et d'une industrie de la production privée florissante. Bien au contraire! D'ailleurs, les relations et la dépendance mutuelles entre les deux ont été parfaitement résumées dans l'exposé que votre organisme a présenté il y a quelques mois au CRTC à propos du renouvellement des permis de réseaux de Radio-Canada. Dans cette intervention, vous indiquiez notamment que: "La vitalité de Radio-Canada est capitale pour l'industrie toute entière et la contribution du secteur privé est capitale pour la télévision de Radio-Canada".

Je suis pleinement d'accord avec cette déclaration, et il me semble que sa véracité s'impose davantage chaque jour. D'une part, vos expériences avec les autres intervenants dans le domaine de la télévision au Canada démontrent plutôt clairement que la vie serait loin d'être facile sans l'apport d'une Société Radio-Canada robuste. D'autre part, nous devons vraiment reconnaître que les forces créatrices de l'industrie de la production privée sont indispensables si nous voulons réaliser notre objectif et obtenir un service de télévision distinctement canadien. Bien sûr, nous ne verrons pas toujours les choses du même oeil, car il s'agit avant tout de relations d'affaires. Mais, c'est bien simple, nous avons besoin les uns des autres.

Je me rends bien compte que les derniers mois ont été très éprouvants pour bon nombre de vos membres; les retards ont été pénibles, le cycle de production a été gêné et il n'y a rien de plus décourageant que d'attendre

que l'on règle des problèmes sur lesquels on n'a aucune prise. Les temps ont été difficiles pour Radio-Canada et pour ses employés également, mais je suis d'un optimisme prudent en ce qui concerne l'avenir et j'espère que vous partagez ce sentiment. Les paroles que le ministre des Communications a prononcées à Toronto il y a quelques semaines m'ont particulièrement encouragé et je pense qu'elles sont tout aussi réconfortantes pour vous que pour moi. Il a annoncé que: "Le présent gouvernement entend faire en sorte que la radiodiffusion publique survive, [et] aussi qu'elle prospère au cours des prochaines années". Il a parlé de la contribution unique de Radio-Canada et de la nécessité de poursuivre notre objectif de présenter des émissions canadiennes à l'écran. Il a souligné qu'un "engagement public de la part du gouvernement à apporter une solution de rechange canadienne s'impose plus que jamais" et que "nous devons continuer à présenter la dimension canadienne... son histoire, son théâtre, sa musique, sa danse et même sa politique... par l'intermédiaire du système canadien de radiodiffusion publique..." Ce sont là des sentiments que nous pouvons tous faire nôtres avec beaucoup d'enthousiasme et qui reflètent clairement les objectifs que Radio-Canada a fixés pour l'amélioration de ses services de télévision.

Il est indispensable que vous connaissiez ces objectifs, que vous sachiez s'ils ont été modifiés à la suite des récents événements et, le cas échéant, dans quel sens. J'aimerais vous assurer, et c'est la principale raison qui m'a fait accepter votre invitation à venir vous parler aujourd'hui, que nos objectifs stratégiques n'ont pas changé. Les moyens par lesquels nous

voulons réaliser ces objectifs n'ont pas changé. Le calendrier fixé pour y parvenir n'a pas changé non plus.

Nous tenons à faire de la télévision anglaise un service qui offre une programmation largement diversifiée, populaire, différente et, par dessus tout, distinctement canadienne. Nous sommes déterminés à augmenter l'écoute des émissions canadiennes à Radio-Canada. Nous avons l'intention de continuer à réduire la quantité des émissions étrangères diffusées aux heures de grande écoute; et notre objectif est de la diminuer d'une heure par semaine, ou 26 heures par année, durant la saison de pointe, jusqu'à ce que ces émissions ne représentent plus que quatre heures de grande écoute par semaine. Et parmi celles-ci, une large proportion devrait provenir d'Europe, plutôt que des États-Unis. En dehors de ces périodes de grande écoute, nous devons renforcer notre programmation pour les enfants et les jeunes, en nous appuyant sur les relations fructueuses que nous avons déjà établies avec bon nombre de vos membres. Et nous avons des objectifs semblables pour notre réseau de télévision français.

Bien que nous soyons confrontés à une situation financière difficile, nous allons tenter de respecter notre calendrier original et achever le remplacement des émissions étrangères d'ici 1988-1989. Qui plus est, nous vous considérons comme nos associés dans cette entreprise; nous comptons toujours fermement nous procurer 50 p. 100 de nos dramatiques, variétés et autres émissions de divertissement présentées aux heures de grande écoute

auprès du secteur privé, lorsque nous aurons atteint notre objectif de canadianisation pour notre télévision française et anglaise.

Nous avons bon espoir d'y parvenir si nous réussissons à résoudre certains de nos problèmes financiers. Nous estimons que jusqu'à présent, nous avons des raisons d'être optimistes. A la fin février 1985, les réseaux français et anglais de Radio-Canada avaient engagé entre 35 et 40 millions de dollars pour la réalisation de projets de production cofinancés par Téléfilm, ce chiffre comprenant le versement de 17 millions de dollars à des producteurs indépendants en 1984-1985.

Ceci représente environ 135 dramatiques, émissions de variété et émissions pour la jeunesse, ainsi que des émissions régionales et des émissions en cours de production, soit environ 400 heures de diffusion.

Une grande partie de cette production n'a pas encore été mise à l'horaire mais je sais que les deux réseaux sont d'accord avec moi pour dire que nous sommes très satisfaits des émissions qui nous ont été livrées jusqu'à présent, ainsi que des idées extrêmement intéressantes qui continuent à nous parvenir en très grand nombre. Pierre DesRoches et Denis Harvey me disent tous deux qu'ils reçoivent de nombreuses propositions de scénarios détaillés chaque semaine; qu'ils ont à portée de la main un nombre considérable de projets qui mériteraient que l'on investisse des fonds immédiatement si nous en avions les moyens; certains d'entre eux en sont encore au stade de l'élaboration du scénario, alors que d'autres en sont déjà à la production.

Et, ce qui est encore plus encourageant, c'est qu'il s'agit d'histoires canadiennes qui traitent de nos thèmes et de notre milieu.

Nous disposons donc d'une liste fort intéressante et diversifiée de projets à divers stades de développement - des longs métrages, des mini-séries, des comédies de situation et des productions musicales et de variétés. Au réseau anglais, nous attendons 22 nouveaux épisodes de DANGER BAY, coproduits par Paul Saltzman avec Disney Channel; ANNE OF GREEN GABLES, coproduit par Kevin Sullivan avec PBS pour la série Wonderworks; une nouvelle émission spéciale de Toller Cranston, coproduite par Don Davis et Paul Palmer; deux longs métrages, TOBY MCTEAGUE tourné à Montréal et STRIKER'S MOUNTAIN de Wendy Wacko, une coproduction avec Allarcom/Superchannel tournée en Alberta. Nous nous sommes également engagés à diffuser sept nouvelles émissions d'une demi-heure du Festival international des enfants à Vancouver, deux émissions d'une heure présentant l'orchestre symphonique de Victoria ainsi que deux heures sur le Festival de Bach intitulé BACH MAGNIFICAT. Nous avons pris des engagements pour des séries documentaires, notamment six nouvelles émissions d'une heure d'AMERICAN CENTURY avec Michael MacLear et Ian McLeod et nous sommes en train d'envisager une coproduction internationale sur la DÉMOCRATIE avec Patrick Watson.

Nous sommes en cours de négociation au sujet de deux nouvelles comédies de situation qui pourraient être diffusées au mois de janvier prochain, de huit à dix longs métrages, de deux mini-séries, de trois ou quatre séries pour

enfants et de dix à douze émissions spéciales de variétés qui seront diffusées aux heures de grande écoute.

Notre réseau français est tout aussi dynamique. Nous avons joué un rôle actif pour l'acquisition ou le financement de plus d'une douzaine de longs métrages de production indépendante allant d'UNE JOURNÉE EN TAXI à LA GUERRE DES TUQUES. Nous nous sommes engagés à diffuser 13 épisodes d'un téléroman intitulé UN AMOUR DE QUARTIER l'automne prochain, et il y en a un autre qui a pour titre MANON à un stade de développement avancé. Dans le domaine des variétés, nous avons mis à l'horaire six émissions d'une heure qui présentent la chanson populaire au Québec et nous verrons prochainement cinq épisodes d'une heure d'une série sur l'humour tirée du festival Juste pour rire. Nous sommes en train de travailler à une coproduction européenne de grande envergure de 32 demi-heures d'animation pour les enfants. Nous participons à une mini-série de six heures ainsi qu'à un long métrage de Denis et Justine Héroux intitulés LE MATOU, élaborés et devant être diffusés en collaboration avec Radio-Québec, et notre grille horaire de grande écoute de l'année prochaine inclura à la fois le long métrage et la mini-série intitulés LE CRIME D'OVIDE PLOUFFE.

La liste est longue. Mais malgré tout, nous aimerions toujours recevoir des propositions de séries populaires. Les projets que nous avons conçus pour le réseau anglais consistent notamment à remplacer les comédies de situation ou séries de films d'aventure américaines populaires à grande publicité qui retiennent des auditoires fidèles. Il ne suffit pas de les remplacer par

des émissions d'un seul épisode. Il nous faut offrir des séries canadiennes de grande envergure qui permettent de susciter le même genre d'intérêt auprès de l'auditoire. Vous avez également remarqué que bon nombre des projets dont j'ai parlé proviennent de diverses parties du pays, ou du moins les dépeignent ou y sont produits. Il est très important que les images que nous voyons à l'antenne présentent un intérêt pour les Canadiens de toutes les régions, et que les producteurs du pays entier soient incités à soumettre leurs idées.

Une grande partie de tout cela n'aurait pu être possible - ni pour le secteur privé ni pour Radio-Canada -- sans un autre organisme public, c'est-à-dire Téléfilm. Radio-Canada a fait des efforts considérables pour tirer profit du Fonds de Téléfilm, avant et après les compressions budgétaires. Étant donné que nous n'avons reçu aucun crédit supplémentaire au moment de la création de Téléfilm et que les compressions budgétaires ont balayé l'argent que nous avions prévu d'investir régulièrement, nous avons fait, à mon avis, tout ce que nous pouvions pour profiter du Fonds. Laissez-moi vous dire encore que je me rends bien compte des inquiétudes que vous avez pu connaître au cours des derniers mois mais je suis sûr que nous pouvons utiliser les nouveaux règlements à notre avantage mutuel et à l'avantage des auditoires que nous desservons.

En fait, nous avons déjà étudié soigneusement l'impact des nouveaux règlements de Téléfilm sur nos activités et il ne fait aucun doute qu'en 1985-1986, ils auront des effets favorables à la fois sur vos membres et sur

Radio-Canada. Cette année, nos paiements aux producteurs indépendants français et anglais devraient atteindre 15 millions de dollars. En raison des changements apportés aux règlements, la valeur de l'investissement de Radio-Canada dans l'industrie de la production privée augmentera considérablement. Nous croyons qu'il en résultera une production d'environ 75 millions de dollars, ce qui est beaucoup plus que si la situation n'avait pas été modifiée.

Nous savons bien que les nouveaux règlements concernant la participation financière de Téléfilm portent sur l'exercice financier 1985-1986 seulement et, de toute évidence, nous devons tout faire pour passer le plus grand nombre possible de contrats d'émissions avant l'échéance. Cependant, il est également apparent que nous devons commencer à travailler rapidement à une solution financière à long terme à la fois pour l'industrie et pour Radio-Canada. Nous avons fait des propositions au gouvernement qui devraient nous permettre de réaliser nos objectifs de remplacement d'émissions étrangères et de poursuivre notre haut niveau d'activités avec l'industrie privée de la production. Bien que nous ayons déjà réduit considérablement nos dépenses administratives, nous essayons de réaliser d'autres économies que nous pourrions réallouer à la programmation. Donc, même si je ne peux pas être plus précis pour 1986-1987 et au-delà, je suis convaincu qu'une gestion saine et des propositions réalistes au gouvernement nous permettront de consolider l'excellent travail que nous avons accompli jusqu'ici. Cependant, il serait peu raisonnable de créer davantage de

travail pour les producteurs indépendants en annulant les émissions produites par Radio-Canada et en occasionnant ainsi encore plus de mises à pied.

Je veux maintenant parler d'un sujet dont je sais qu'il intéresse un grand nombre de vos membres, il s'agit du Centre de radiotélévision de Toronto. Avec l'accord du ministre des Communications, nous avons déjà envoyé l'avis de présélection aux promoteurs. Le ministre a approuvé le projet avec enthousiasme au cours d'une récente réception donnée conjointement par Radio-Canada et le maire de Toronto. M. Masse a décrit le Centre de radiotélévision comme "une importante contribution à l'amélioration des activités de la Société Radio-Canada... un magnifique complément à la ville de Toronto... et une part de l'avenir de Radio-Canada".

Ceci dit, je tiens à vous rassurer, ou du moins à vous rassurer une fois de plus, puisqu'il s'agit de questions dont j'ai déjà parlé à plusieurs occasions à bon nombre de vos membres. Tout d'abord, nous n'avons pas l'intention d'intégrer à Radio-Canada les fonctions ou les services spécialisés que nous obtenons actuellement des compagnies privées. Au cours des années, nous avons été bien servis par ceux d'entre vous qui fournissent les services de traitement de film et de montage et autres aspects de la post-production et nous sommes très conscients de votre contribution.

Deuxièmement, nos plans concernant les studios et les secteurs connexes de soutien sont fondés sur une moyenne ou sur une charge de production de base et ne visent pas à répondre à des pointes de production. Les facteurs dont

nous avons tenu compte pour planifier le complexe sont précisément ceux dont j'ai parlé plus tôt; en fait, nos besoins originaux en matière de studios de télévision ont été considérablement réduits de façon à refléter les commandes que nous comptons passer avec le secteur privé.

Le Globe and Mail de samedi dernier m'a cité, correctement, lorsque j'ai dit que nous pouvons changer le service de la télévision anglaise de Radio-Canada en trois ans. La preuve en est déjà faite; nous présentons davantage d'émissions de qualité produites à la fois par le secteur privé comme HOCKEY NIGHT et DANGER BAY et par Radio-Canada comme CHAUTAUQUA GIRL et CHARLIE GRANT'S WAR. Avec votre aide, et un appui financier raisonnable, nous pouvons transformer la télévision canadienne, libérer l'esprit créateur de nos auteurs, acteurs et réalisateurs, garantir la viabilité d'une industrie déjà bien implantée et améliorer la télévision publique au Canada.

C'est en augmentant encore davantage la quantité et la qualité des émissions canadiennes que nous y arriverons -- davantage de fiction, davantage d'émissions pour enfants, davantage de variétés, davantage d'émissions qui intéressent plus particulièrement les Canadiens. Voilà le principal objectif. Et c'est en renforçant la réaction positive des Canadiens à l'égard de leur service public de radiotélévision que nous y parviendrons. Mais nous ne réussissons pas en nous disputant une part toujours plus mince de la production des émissions de Radio-Canada. Ce n'est pas seulement que ce genre de querelle stérile est improductif, le vrai problème c'est qu'on en oublie le produit, c'est-à-dire des émissions de télévision de grande

qualité. On oublie le principal, c'est-à-dire le système de radiodiffusion public canadien. On en oublie l'auditoire. Nous avons fait trop souvent cette erreur dans le passé; je pense qu'il est maintenant temps de résoudre le grand problème de notre système, c'est-à-dire la nécessité d'un accroissement de la programmation canadienne.

Nous avons tous un rôle à jouer. Les producteurs indépendants apportent une combinaison particulière d'énergie créatrice et d'esprit d'entreprise aux projets qu'ils proposent. De la même façon, il existe certains projets et certaines personnes dont le potentiel ne peut être développé que dans un organisme public comme Radio-Canada. C'est donc que Radio-Canada doit tirer le meilleur parti de l'argent mis à sa disposition car nous reconnaissons tous que le niveau d'activité n'augmentera que si Radio-Canada peut continuer d'accroître son investissement dans la programmation avec Téléfilm et les investisseurs privés.

Nous reconnaissons qu'en raison des problèmes économiques auxquels fait face le pays, il est difficile d'envisager un accroissement du financement de l'État; c'est pourquoi, nous devons trouver des moyens d'obtenir des fonds supplémentaires sans exiger indûment du contribuable. Nous avons proposé par exemple que Radio-Canada soit encouragée à améliorer l'efficacité de ses activités commerciales en gardant les recettes publicitaires qui dépassent la cible convenue avec le gouvernement au début de l'année financière. Je sais que certains croient fermement qu'une augmentation de l'activité commerciale va à l'encontre du concept d'un service de radiodiffusion public

plus distinctif. Mais j'estime que l'on peut réconcilier ces deux idées à condition de garder à l'esprit notre mandat, notre objectif culturel et l'intérêt de l'auditoire.

Un dernier mot sur le thème de la collaboration. Je pense parfois que nous avons la manie de chercher ce qui nous divise plutôt que ce que nous avons en commun, que ce soit les syndicats par rapport à la direction, les régions par rapport aux grands centres, les producteurs privés par rapport aux réalisateurs de Radio-Canada, la radio par rapport à la télévision, le français par rapport à l'anglais. Il est parfois inévitable et occasionnellement utile de le faire mais en fin de compte, ce n'est pas ainsi que l'on résoud le problème principal. La solution viendra lorsque nous cesserons de tirer chacun la couverture de notre côté et lorsque nous travaillerons ensemble pour mettre à profit notre potentiel, lorsque nous trouverons le moyen d'utiliser tous les talents que notre pays a à offrir, lorsque nous pourrons présenter à notre auditoire la quantité et la qualité d'émissions canadiennes qu'ils sont en droit d'attendre.

CAI
BC
- 577



Introductory Remarks
by Pierre Juneau
President of the CBC

House of Commons Committee on
Communications and Culture

May 2, 1985

Mr. Chairman, members of the Committee. The year that has passed since I last appeared before this Committee has been for the CBC one of the most fulfilling and one of the most difficult in the Corporation's almost fifty years of existence. Above all it has been a year which, in my opinion, has demonstrated to Canadians the fundamental importance of their public broadcasting system.

We ought to be grateful that all Canadian governments and all parties in Parliament for the last 50 years have clearly acknowledged this fact. Public Broadcasting in Canada was the creation of the Conservative government of R.B. Bennett in 1932. It was a conscious act of public policy and moreover a controversial one at the time, carried out despite considerable opposition from the private sector. No country the size of Canada, no country in Europe, and few in the world have sought to resolve their film and broadcasting problems without a strong public broadcasting organization. The United States comes closest but the American situation is an exception, not the rule, and there are many Americans who feel that the U.S. would benefit from a stronger public component in its broadcasting system. To assume that such a pervasive and powerful means of communication should be operated purely as a profit-oriented system and ignored as a cultural, social and educational instrument seems to me to verge on the irresponsible.

I note that the Minister of Communications has made clear his adherence to this approach. Speaking in Toronto a few weeks ago he said:

"Let no one attempt to represent otherwise: This government intends to ensure that public broadcasting not only survives, but prospers, in the coming years... that Canadian public broadcasting, which is an integral part of the cultural fabric of this country, continues to be of importance to Canadians and continues to be relevant to their lives as citizens of the world of the 1980's and 90's."

He then went on to cite the CBC's coverage of the recent National Economic Summit as,

" ...an excellent example of the value of public broadcasting.

The CBC was there. The CBC was able to broadcast the event to the nation. And through the CBC, the nation was able to see and hear their spokesmen and their leaders debating the issues of national concern. Only a public broadcaster could do this...could devote hours of valuable television time to an event of broad public importance and allow the nation to share in the experience.

Fulfilling its public service role the CBC was also present at an astonishing array of other events of broad public importance during the past year.

.../3

Undoubtedly the most memorable was our coverage of the visit of His Holiness, the Pope. As Host Broadcaster the CBC provided 120 hours of television and radio coverage from 60 events in 11 Canadian cities in the space of 12 days. 175 international broadcasting organizations from all over the world took the Host Broadcaster's feed of pictures and sound. The CBC's own coverage was viewed by 13.6 million viewers on our English and French television networks. And the special appropriation of \$12 million for the Host Broadcaster function - a budget set after extensive analysis by the Department of Communications and the Treasury Board - was underspent by \$3 million which was returned to the consolidated revenue fund.

Equally memorable for many Canadians, and certainly for many of you, were the year's political events: the Convention which elected the new leader of the Liberal Party, the campaign which followed, the leaders debates which were watched by more than three million Canadians on CBC English and French television networks, and election night when the dramatic developments were relayed by CBC radio and television to an audience of more than four million. Since then we have given extensive national coverage to the Regina meeting of First Ministers, the meeting between Prime Minister Mulroney and President Reagan, the National Economic Summit, and the Constitutional Conference of First Ministers with native leaders. Not just snippets, either but full gavel-to-gavel coverage whenever the proceedings were open. Last month it was the Newfoundland election; tonight it's the Ontario election. In a few weeks the federal budget.

An interesting fact: the CBC provided all this serious, service-type programming and still managed - because of good scheduling and promotion of its other programs - to keep an overall 22 per cent share of English television viewing and almost 50 per cent of French viewing. That 22 per cent share in English is comparable to what each of the three big U.S. networks get in its own market.

There were other big events in this remarkable year. The visit of Her Majesty the Queen was covered by 10 network news specials, including the gala at Thomson Hall in Toronto which was watched by over a million viewers. The summer Olympics: 17.4 million Canadians watched on CBC networks in the first week; in that week the top 60 programs in the ratings were all on CBC, mostly Olympic coverage of Canada's athletes. On a more sombre note the English network devoted all its major information programs in the week of November 26 to in-depth coverage of the famine in Africa, helping Canadians to understand the nature and causes of the disaster and telling them how they can help. The French network recently telecast a series of four programs on L'AGRESSION SEXUELLE DES JEUNES" produced with the help of therapists in this field with the objective of helping both parents and children to prevent all forms of sexual abuse of the young, and "UNE SOIRÉE TRÈS SPÉCIALE", celebrating the particular achievements of women in the course of the last 10 years. Finally, there was the JOURNAL's brilliant factual dramatization of the issues in the Geneva Arms talks.

This is the essence of public broadcasting, the CBC at the service of its viewers, reflecting the nation's agenda of interests and concerns.

Complementing this role are such major national and regional information programs as THE NATIONAL, and LE TÉLÉJOURNAL and THE JOURNAL and LE POINT which between them reach a total daily audience of more than 2,500,000 viewers.

Drama and variety programs - Canadian drama and variety programs - put the lie to the old canard that Canadians won't watch programs produced in their own country. The best proof that they will is to be found on our French television network where the most popular drama programs are all Canadian. Several of these téléromans attract audiences of well over a million, and two of them regularly capture audiences of more than two million, which is comparable to an audience of more than five million on the English network. It has also been a banner year for English television drama. CHARLIE GRANT'S WAR, seen in January, was watched by 2.1 million viewers. It ran against the first episode of an American blockbuster mini-series on CTV - and the Canadian program got the bigger audience. That audience of over two million is also larger than that of very popular American programs such as Remington Steele or Newhart. GENTLE SINNERS' a feature film shot by the CBC in Manitoba, got 2.2 million viewers, again more popular than Dynasty, for example. HOCKEY NIGHT, a charming story about a young girl who's the star of a boys hockey team, was an independent production which drew 2.2 million viewers and is now being developed as a series. And there are many more, from ANNE MURRAY to THE KING OF FRIDAY NIGHT, from PAVLOVA to BONHEUR D'OCCASION, to Stratford and the Shaw Festival and the Opera de Montréal. Let's not forget, by the way, that one million viewers for a televised performance of a Stratford play is the same as filling a 3,000 seat theatre every night for a year, with people from all over the country.

The point I want to make to you is that in spite of the problems it faces the CBC has done, and is doing, its job - for its audiences, for Canadian writers, performers, musicians, for parliamentarians. Not without controversy and probably with the occasional mistake, but in a spirit of pride and confidence. Problems there have been, and I know you will expect me to address them on this occasion. Obviously the reduction of the CBC's budget was one of them, not solely because of the amount but also because of the speed with which it had to be carried out. I want to reiterate that however painful the exercise, the Board of Directors and management of the CBC never believed that the Corporation should seek total exemption from the government economy program. The downsizing exercise has now been completed at a total cost of \$120 million, including separation payments, foregone inflation costs and a reduction in our capital budget. 1,149 positions have been eliminated.

I think it is appropriate for me to point out to the members of this Committee that after the recent cuts, the CBC will have absorbed well over \$420 million over the last seven years. That is more than 60 million dollars a year. A very significant part of that money has gone to offset non-discretionary and non-productive expenses such as inflation, the lower purchasing power of the Canadian dollar in the U.S., increased municipal taxes and so on, for which the government does not fully compensate the CBC. The rest of it - millions of dollars - has been ploughed into new or improved programming such as THE NATIONAL, THE JOURNAL, LE TELEJOURNAL and LE POINT, and the new drama programming we have been commissioning from private producers.

The other point to note is that in constant dollars the CBC budget has risen above the level of 1978-79 only once since that date; in 1985-86 it is more than 4 per cent below the 1978-79 level, again in constant dollars. The CBC's capital budget, in constant dollars, has been cut almost in half.

We recognize that the general economic situation has made budgetary restraint necessary and we are pleased that some positive steps have been possible, such as changes in the Telefilm Canada Fund rules announced recently by the Minister of Communications. However, it would be unrealistic to believe that the CBC can go on indefinitely absorbing increased costs and making program improvements and extending its AM and FM and television service to more regions. While every effort will continue to be made to protect programming there are certain direct consequences of the current financial situation. At a time when we should be increasing our Canadian program output we can make only marginal progress in key areas such as drama. We have succeeded in maintaining - but cannot significantly increase - our commitments to the private production sector, although it is still our policy eventually to obtain 50 per cent of our prime time programs in drama and entertainment generally from private producers. Our capacity to cover major national and international news stories will be reduced. Efforts to improve efficiency in program production are hampered by our inability to respond to a severe problem of equipment obsolescence. There will be fewer network programs produced in the regions and the CBC will have to withdraw from many of the valuable community activities which provide links with its audiences.

I think it is clearly demonstrated by the mail we have received - and you have received - that the recent cuts were not a matter of indifference to Canadians. Despite the efforts that were made to reduce administrative rather than program expenses and to protect the interests of smaller centres and those isolated either by geography or by language, almost every region of the country were affected and everybody reacted. Nobody wanted to be cut; everybody could make a case why it shouldn't happen to them and anyway it only meant a saving of a hundred thousand or half-a-million and what's that out of a budget of nearly a billion? We had protests - understandable protests - along those lines from individuals and municipal councils and MLA's and MP's from all over the country. The problem is that a budget reduction even of \$75 million is made up of hundred thousand dollar pieces. There are no big lumps to cut unless you start cutting services, such as the FM networks or northern broadcasting or the international service, or closing down stations or dropping important series. Each of those has its ardent defenders too.

What the budget reduction exercise did demonstrate is the degree to which people care about the CBC's regional services. Over the years it has been suggested that the CBC spends too much on regional broadcasting, that we should cut back. Those suggestions usually come from people who live in cities and who may not be totally aware of the links of the CBC with regional reality of Canada. I have yet to hear it from those directly affected, the residents of the regions, who rely on the CBC for information and enlightenment and local contact. Just the opposite.

From them and from you as their representatives we received demands for more news coverage, more regional programming and more transmitters, not less. I have more than a hundred of those requests on my desk at the moment. Each of them may be for a hundred-thousand dollars or sometimes a million but when you add them all together the amount runs into the tens of millions. A capital budget constantly reduced during the last seven years simply cannot accommodate these expenditures.

Permit me to finish these remarks with a few words about the future. An immediate preoccupation is the examination of broadcasting policy to be undertaken by a task force established by the Minister of Communications whose findings will eventually be reviewed by this Committee. The CBC Board of Directors welcomes the breadth of scope of this initiative and its emphasis on long-term solutions; the CBC will do all it can to assist in the review.

The Board is also conscious that the CBC must change - and it is changing. First, the CBC must be seen as, and must be an organization totally devoted to service, service to the country, to the future of the country.

Second, we have to find the means to complete the changes in our television programming on the English service and in French as well. The focus of change is easily identifiable. We have to be more Canadian; we have to be recognizably different from Canadian private television and from American TV. We achieved this goal in our news and information programs. But we need more stories, more drama, more about our emotions, our dreams, our hopes for the future. We need to make better use of our public broadcasting service to know and appreciate the extraordinary variety of this vast country.

We need to offer more programs of lasting value such as David Suzuki's A PLANET FOR THE TAKING. This very cerebral series drew an average of 1.8 million viewers, which proves that a broad-based, popular network such as the CBC can attract large audiences to demanding programs. That wouldn't happen if the CBC were strictly a minority, elitist service.

Third, we must reinforce the efforts of the last three years to make the CBC as efficient and accountable as possible for the public funds it receives. I would like to see the disappearance of every possible reason for not giving the CBC the means it requires to do a completely satisfactory job in programming.

Fourth, we must be more entrepreneurial, more open to co-production arrangements with provincial agencies and other broadcasters while continuing to use the Telefilm Fund to work with private production companies. We must be more effective in our commercial sales - not more commercial but deriving a better return from what we do sell. We must be more aggressive in marketing our programs abroad, taking advantage of the rising international interest in Canadian programming.

If the need to be Canadian was there in 1932 it is even more important today. I have nothing against watching American programs - not at all. But today we are swamped with them, carried by U.S. networks and by our own private networks, by satellite, by cable, and increasingly by radio.

I notice that our pay-TV licensees just asked for a 50 per cent reduction in their Canadian content requirements. Where are Canadian viewers to turn for programming about themselves and their own country if not to the CBC and the provincial agencies? I ask for your support in providing just one truly Canadian alternative in each language. For only when we have made our public television services "predominantly Canadian in content and character", as the Broadcasting Act requires, will we truly live up to the legacy of all those who, for 50 years, have fiercely defended the interests of public broadcasting.



Remarques liminaires
de Pierre Juneau,
président de la Société Radio-Canada

Comité de la Chambre des communes
sur les communications et la culture

Le 2 mai 1985

Monsieur le président, membres du comité. L'année qui s'est écoulée depuis ma dernière participation aux travaux de ce comité a été, pour Radio-Canada, l'une des plus satisfaisantes mais aussi des plus difficiles en cinquante ans d'existence. À mon avis, elle a surtout montré aux Canadiens l'importance fondamentale de leur système public de diffusion.

Nous devrions nous estimer heureux que tous les gouvernements canadiens et tous les partis politiques représentés au Parlement aient clairement admis ce fait au cours des 50 dernières années. La diffusion publique au Canada a été créée par le gouvernement conservateur de R.B. Bennett en 1932. Il s'agissait alors d'une décision politique consciente, et d'ailleurs controversée à l'époque, une décision qui fut adoptée malgré l'opposition considérable du secteur privé. Il n'existe pas un seul pays de la taille du Canada, pas un seul pays en Europe, et peu de pays dans le reste du monde qui aient cherché à résoudre leurs problèmes de cinéma et de radiotélévision sans recourir à un puissant organisme de radiotélédiffusion publique. Il y

a bien peut-être les États-Unis. Mais la situation américaine fait exception à la règle et beaucoup d'Américains estiment qu'ils auraient tout avantage à disposer d'un service public plus fort dans leur système de radiotélévision. Prétendre qu'un moyen de communication aussi étendu et aussi puissant ne devrait être exploité qu'à des fins purement lucratives, sans tenir compte de ses dimensions culturelles, sociales et éducatives, me semble pure chimère.

Je vois d'ailleurs que le ministre des Communications a acquiescé à cette façon de voir les choses. Parlant à Toronto il y a quelques semaines, il déclarait:

"Que nul ne prétende le contraire: le présent gouvernement entend faire en sorte que la radiodiffusion publique survive, mais aussi qu'elle prospère au cours des prochaines années; le gouvernement veut s'assurer que la radiodiffusion publique canadienne -- qui fait partie intégrante de la trame culturelle de notre pays -- demeure importante pour les Canadiens, et utile à leur vie de citoyens du monde des années 80 et 90."

Il décrivait ensuite le reportage de Radio-Canada sur le récent Sommet économique national dans les termes suivants:

"... un excellent exemple de la valeur de la radiodiffusion publique.

Radio-Canada était là et elle a été en mesure de diffuser l'événement d'un océan à l'autre. La nation tout entière a pu voir et entendre ses porte-parole et ses chefs débattre des questions d'intérêt national. Seul un radiodiffuseur public pouvait télédiffuser ceci ... et pouvait prendre du temps d'antenne pour diffuser un événement de cette envergure et permettre à la nation de prendre part à l'expérience."

Assumant son rôle de service public, Radio-Canada était également présente à un nombre étonnant d'autres événements d'importance au cours de cette dernière année. Le plus mémorable a été, bien sûr, notre reportage de la visite de Sa Sainteté le Pape. En tant que diffuseur-hôte, Radio-Canada a présenté 120 heures d'émissions de télévision et de radio couvrant 60 manifestations dans 11 villes canadiennes en l'espace de 12 jours. Cent soixante-quinze diffuseurs étrangers du monde entier ont utilisé l'alimentation visuelle et sonore du diffuseur-hôte. Quelque 13,6 millions de téléspectateurs ont regardé la couverture de Radio-Canada à nos réseaux de télévision français et anglais. D'autre part, les crédits spéciaux de 12 millions de dollars accordés au diffuseur-hôte, à la suite d'une analyse détaillée du budget par le ministère des Communications et le Conseil du Trésor, n'ont pas été entièrement dépensés, et 3 millions de dollars ont été retournés au fonds du revenu consolidé.

J'aimerais également citer quelques événements politiques de l'année, tout aussi mémorables pour de nombreux Canadiens, et certainement pour beaucoup d'entre vous: le congrès où le nouveau chef du parti Libéral a été élu, la campagne qui a suivi, le débat des chefs politiques que plus de 3 millions de Canadiens ont regardé aux réseaux français et anglais de Radio-Canada, et la soirée des élections diffusée à la radio et à la télévision de Radio-Canada à un auditoire de plus de 4 millions de personnes. Depuis lors, nous avons largement rendu compte à l'échelle nationale de la réunion des premiers ministres à Régina, de la rencontre entre le premier ministre

Mulroney et le président Reagan, du Sommet économique national et de la Conférence constitutionnelle des premiers ministres avec les chefs autochtones. Pas seulement des bribes, d'ailleurs: nous avons fait un reportage intégral de tous les débats qui ne se déroulaient pas à huis clos. Le mois dernier, il y a eu les élections à Terre-Neuve, ce soir ce seront les élections en Ontario. Dans quelques semaines, le budget fédéral.

Un point intéressant: Radio-Canada a présenté toute cette programmation sérieuse et d'intérêt public tout en réussissant, grâce à une grille-horaire bien conçue et à la promotion de ses autres émissions, à garder une part globale de presque 50% de l'écoute de la télévision française et de 22% de l'écoute anglaise. Cette part de 22% est comparable à ce que les trois chaînes américaines obtiennent dans leur propre marché.

Nous avons connu également d'autres grands moments pendant cette année remarquable. La visite de Sa Majesté la Reine a été couverte par 10 émissions spéciales de réseaux, notamment le gala au Roy Thomson Hall à Toronto que plus d'un million de téléspectateurs ont regardé. Les Olympiques d'été: 17,4 millions de Canadiens ont suivi ces reportages aux réseaux de Radio-Canada la première semaine. Cette semaine-là, les 60 émissions en tête des cotes d'écoute étaient toutes de Radio-Canada, plus particulièrement des reportages sur les athlètes canadiens aux Jeux olympiques. Dans un registre plus sombre, le réseau anglais a consacré toutes ses grandes émissions d'information de la semaine du 26 novembre à une couverture en profondeur de la famine en Afrique, aidant ainsi les

Canadiens à comprendre la nature et les causes du désastre et leur indiquant les moyens d'apporter leur aide. Le réseau français a récemment diffusé une série de quatre émissions sur L'AGRESSION SEXUELLE DES JEUNES réalisée avec l'aide de thérapeutes travaillant dans ce domaine, afin d'aider les parents et les enfants à prévenir toutes les formes d'abus sexuels auprès des jeunes. Il a également présenté UNE SOIRÉE TRÈS SPÉCIALE, en hommage aux grandes réalisations des femmes depuis 10 ans. Finalement, l'émission THE JOURNAL a présenté une brillante dramatisation factuelle des questions à l'ordre du jour des négociations de Genève sur les armes nucléaires.

Voilà donc l'essence de la radiotélédiffusion publique, Radio-Canada au service de ses téléspectateurs, reflétant les intérêts et les préoccupations du pays. Les grandes émissions d'information nationales et régionales, comme LE TÉLÉJOURNAL et THE NATIONAL, LE POINT et THE JOURNAL, complètent ce rôle en atteignant un auditoire quotidien combiné de plus de 2,5 millions de téléspectateurs.

Les dramatiques et les émissions de variétés canadiennes - je dis bien canadiennes - font mentir ceux qui prétendent que les Canadiens ne regardent pas les émissions réalisées dans leur propre pays. La meilleure preuve en est donnée par notre réseau français de télévision, où les dramatiques les plus populaires sont toutes canadiennes. Plusieurs de ces téléromans attirent des auditoires bien supérieurs à un million de téléspectateurs et deux d'entre eux sont regardés régulièrement par plus de deux millions de personnes, ce qui se compare à un auditoire de plus de cinq millions au

réseau anglais. Cette année la télévision anglaise s'est d'ailleurs distinguée par ses dramatiques. CHARLIE GRANT'S WAR, diffusée en janvier, a attiré 2,1 millions de téléspectateurs, soit plus que le premier épisode d'une mini-série américaine à succès présenté au même moment à CTV. Ce chiffre est encore plus élevé que ceux des émissions américaines très populaires comme REMINGTON STEELE ou NEWHART. Environ 2,2 millions de téléspectateurs ont regardé GENTLE SINNERS, un long métrage tourné au Manitoba par Radio-Canada, encore une fois davantage que DYNASTY par exemple. HOCKEY NIGHT, la charmante histoire d'une jeune fille qui est la vedette d'une équipe de hockey composée de garçons, est une production indépendante qui a attiré 2,2 millions de téléspectateurs; cette émission est en voie de devenir une série. Et il y a une foule d'autres exemples, de PAVLOVA à BONHEUR D'OCCASION, de ANNE MURRAY à THE KING OF FRIDAY NIGHT, du Festival de Stratford au Shaw Festival, en passant par l'Opéra de Montréal. Il ne faut d'ailleurs pas oublier qu'attirer un million de personnes en présentant une pièce du festival de Stratford à la télévision, c'est comme remplir un théâtre de 3 000 places tous les soirs pendant un an avec des gens venus de partout au pays.

Ce que je veux que vous compreniez bien, c'est que malgré les problèmes auxquels elle fait face, la Société Radio-Canada a bien rempli son rôle et continue de le faire -- pour ses auditoires, pour les écrivains, artistes et musiciens canadiens, et pour les parlementaires. Non pas que cela se fasse sans controverse ni, probablement, sans quelque erreur occasionnelle, mais

bien dans un esprit de fierté et de confiance. Quant aux problèmes, il y en a eu, et je sais que vous vous attendez à ce que je vous en parle en cette occasion. La réduction du budget de Radio-Canada est certainement un des problèmes que nous avons dû surmonter, pas uniquement en raison du montant, mais également à cause de la rapidité avec laquelle nous avons dû agir. Je veux répéter ici que, même si cela fut douloureux, ni le Conseil d'administration, ni la direction de Radio-Canada n'ont jamais cru un seul instant que la Société devait chercher à se soustraire totalement au programme d'économie du gouvernement. La réduction du budget est chose faite désormais; elle aura coûté au total 120 millions de dollars, y compris les indemnités de cessations d'emplois, le coût de l'inflation et la réduction de notre budget d'immobilisations. Mille cent quarante-neuf (1 149) postes ont été éliminés.

Je pense qu'il conviendrait de préciser aux membres de ce comité qu'après les récentes compressions budgétaires, Radio-Canada aura absorbé une perte bien supérieure à 420 millions de dollars répartis sur les sept dernières années. Ceci représente plus de 60 millions de dollars par an. Une bonne partie de cet argent a servi à compenser les dépenses non discrétionnaires et non productives telles que l'inflation, l'affaiblissement du pouvoir d'achat du dollar canadien aux États-Unis, l'augmentation des taxes foncières et ainsi de suite, pour lesquels le gouvernement ne compense pas totalement Radio-Canada. Le reste - des millions de dollars - a été injecté dans la création ou l'amélioration d'émissions telles que LE TÉLÉJOURNAL, LE POINT, THE NATIONAL et THE JOURNAL, ainsi que dans l'acquisition de

nouvelles dramatiques que nous avons commandées aux producteurs privés. J'aimerais également faire remarquer qu'en dollars constants, le budget de Radio-Canada n'a dépassé le niveau de 1978-1979 qu'une seule fois depuis cette date. En 1985-1986, il est de plus de 4 p. 100 inférieur au niveau de 1978-1979, toujours en dollars constants. Le budget d'immobilisations de Radio-Canada, également en dollars constants, a été presque réduit de moitié.

Nous reconnaissons parfaitement que la conjoncture économique en général a entraîné la nécessité de ces restrictions budgétaires; d'autre part nous accueillons favorablement certaines mesures positives adoptées récemment, comme les changements du règlement du Fonds de Téléfilm Canada annoncés par le ministre des Communications. Quoi qu'il en soit, il ne serait pas réaliste de croire que Radio-Canada peut continuer indéfiniment à absorber une augmentation des coûts tout en améliorant ses émissions et en étendant à davantage de régions ses services de télévision et de radio MA et MF. Nous continuerons certes à faire notre possible pour préserver la programmation, mais la situation financière actuelle aura néanmoins certaines conséquences directes. Alors que nous devrions augmenter la production d'émissions canadiennes, nous devons nous contenter de progrès marginaux dans des secteurs clés comme les dramatiques. Nous avons réussi à maintenir, - mais pas à augmenter de façon significative, - nos engagements envers le secteur privé de la production, mais néanmoins, nous avons toujours l'intention de nous procurer d'ici un certain temps, 50% de nos dramatiques et autres émissions de divertissement de grande écoute auprès des producteurs privés. Les moyens dont nous disposons pour couvrir les grandes nouvelles nationales

et internationales seront réduits. Notre incapacité de remédier à l'obsolescence de notre matériel nuit aux efforts que nous faisons pour améliorer notre efficacité dans la production d'émissions. On produira moins d'émissions réseaux dans les régions et Radio-Canada devra cesser de participer à bon nombre d'activités communautaires précieuses qui créent des liens avec nos auditoires.

Je pense que le courrier que nous avons et que vous avez reçu démontre clairement que les récentes coupures n'ont pas laissé les Canadiens indifférents. Malgré nos efforts pour réduire les frais touchant l'administration plutôt que la production d'émissions, et pour protéger les petits centres et ceux qui se trouvent isolés soit par leur situation géographique soit par leur composition linguistique, les réseaux et presque toutes les régions du pays ont été frappés et tout le monde a réagi. Personne ne voulait subir de coupure; tout le monde avait d'excellents arguments pour être épargné... et, de toute façon, il ne s'agissait, dans chaque cas, que d'une économie d'une centaine de milliers ou d'un demi-million de dollars, ce qui était bien peu par rapport à un budget de près d'un milliard, n'est-ce pas? Nous avons reçu des protestations de ce genre - des protestations bien compréhensibles - de la part de particuliers, de conseillers municipaux et de députés fédéraux et provinciaux du pays tout entier. Le problème, c'est que des compressions budgétaires, même de l'ordre de 75 millions de dollars, sont constituées de nombreuses parcelles d'une centaine de milliers de dollars. On ne peut prélever de gros montants en un seul bloc, à moins de se mettre à supprimer

des services entiers, par exemple les réseaux MF, le service du Nord ou le service international, à fermer des stations ou à supprimer des séries importantes. Autant d'éléments qui ont, eux aussi, leurs ardents défenseurs.

La compression budgétaire a fait ressortir à quel point les gens tiennent aux services régionaux de Radio-Canada. Au cours des années, on a souvent avancé que Radio-Canada consacrait trop d'argent à sa radiotélévision régionale, que nous devrions dépenser moins dans ce secteur. Ces suggestions viennent généralement de gens qui vivent dans les grandes villes et ne connaissent peut-être pas très bien la relation qui existe entre Radio-Canada et les réalités régionales de notre pays. Jamais je n'ai entendu de telles choses de la part de ceux qui sont directement concernés, les habitants des régions qui dépendent de Radio-Canada en matière d'information, de divertissement et de contacts locaux. Bien au contraire. Ces derniers, comme vous-mêmes qui les représentez, ne cessent de nous demander davantage de reportages de nouvelles, davantage d'émissions régionales, davantage d'émetteurs, jamais moins. En ce moment, j'ai plus d'une centaine de demandes de ce genre sur mon bureau. Chacune d'entre elles représente une valeur d'une centaine de milliers de dollars, parfois d'un million, mais lorsqu'on les additionne, on arrive à des dizaines de millions. Il est tout simplement impossible de trouver de telles sommes lorsqu'on dispose d'un budget d'immobilisations qui a été constamment réduit depuis les sept dernières années.

Permettez-moi de conclure ces propos en jetant un regard sur l'avenir. Dans l'immédiat, ce qui nous préoccupe c'est l'examen de la politique de radiodiffusion que s'apprête à effectuer dans les prochains mois un groupe de travail formé par le ministre des Communications. Les résultats seront éventuellement soumis à votre Comité. Le groupe de travail dispose d'un vaste mandat et doit formuler des recommandations à long terme; le Conseil d'administration de Radio-Canada est d'accord avec cette approche et la Société apportera son plus entier concours aux responsables de cette étude.

Le Conseil d'administration reconnaît également que Radio-Canada doit changer - en fait, la Société est déjà en train de changer. Premièrement, Radio-Canada doit non seulement être perçue comme un organisme entièrement consacré à la prestation d'un service, un service au pays, un service à l'avenir du pays, mais elle doit effectivement l'être.

Deuxièmement, nous devons trouver les moyens de mener à bien la transformation de notre programmation télévisuelle, aux réseaux français et anglais. Face aux changements, notre objectif principal est facile à décrire. Nous devons être davantage canadiens; nous devons être manifestement différents des télévisions privées canadiennes et des télévisions américaines. Nous y sommes parvenus dans nos émissions de nouvelles et d'information. Mais il nous faut davantage d'histoires, davantage de dramatiques, nous devons en dire plus long sur nos émotions, nos rêves, nos espoirs. Nous devons mieux utiliser notre service de radiotélévision publique pour connaître et apprécier la diversité de notre

pays. Il nous faut offrir davantage d'émissions de valeur durable comme celle de David Suzuki, A PLANET FOR THE TAKING. Cette série très intellectuelle a été suivie en moyenne par 1,8 million de téléspectateurs, ce qui prouve qu'un réseau populaire et diversifié tel que Radio-Canada réussit à attirer d'importants auditoires lorsqu'il présente des émissions demandant un effort de réflexion. Ceci ne serait pas possible si Radio-Canada était un service élitiste, réservé à une minorité.

Troisièmement, nous devons renforcer les efforts que nous avons déployés au cours des trois dernières années pour accroître, autant que possible, l'efficacité de Radio-Canada ainsi que son imputabilité à l'égard des fonds publics qui lui sont confiés. J'aimerais qu'il n'y ait plus aucun prétexte pour ne pas donner à Radio-Canada les moyens dont elle a besoin pour être parfaitement à la hauteur dans le domaine de la programmation.

Quatrièmement, nous devons nous montrer plus entreprenants, plus ouverts aux possibilités de coproduction avec les organismes provinciaux de radiodiffusion et autres radiodiffuseurs, tout en continuant à nous servir du Fonds de Téléfilm pour travailler avec les producteurs indépendants. Nous devons accroître l'efficacité de nos ventes commerciales - ce qui ne signifie pas que nous voulons davantage d'annonces, mais plutôt mieux rentabiliser nos activités. Nous devons faire preuve d'un plus grand dynamisme dans l'exportation de nos émissions et tirer parti de l'intérêt croissant des publics étrangers à l'endroit des émissions canadiennes.

S'il importait de présenter des émissions canadiennes en 1932, cette nécessité s'impose d'autant plus aujourd'hui. Je n'ai rien contre le fait de regarder des émissions américaines - loin de là. Mais à l'heure actuelle, les réseaux américains, comme nos propres réseaux privés, nous en inondent par satellite, par le câble et, de plus en plus, par la radio. Je constate que nos titulaires de permis de télévision payante viennent tout juste de demander une réduction de 50 p. 100 du contenu canadien qui leur est imposé. Vers qui les téléspectateurs canadiens devraient-ils se tourner pour voir des émissions qui traitent d'eux-mêmes et de leur propre pays, si ce n'est vers Radio-Canada et les diffuseurs provinciaux? Je vous demande votre appui pour que nous puissions offrir ne serait-ce qu'une chaîne réellement canadienne dans chaque langue. Car ce n'est que lorsque nous aurons réussi - lorsque nous aurons un service de télévision publique "dont la teneur et la nature sont principalement canadiennes", comme l'exige la Loi sur la radiodiffusion, que nous serons réellement fidèles à l'héritage que nous ont laissé ceux et celles qui, depuis 50 ans, défendent ardemment les intérêts de la radiotélévision publique.

CA1
BC
-577



Notes for an Address
by Pierre Juneau,
President of the CBC,
to the 94th Annual Banquet
of the Greater Moncton
Chamber of Commerce

Brunswick Hotel, Moncton
May 9, 1985

Thank you for inviting me to address this 94th Annual Banquet of the Greater Moncton Chamber of Commerce. I perceive a parallel between your city and the CBC. We have both suffered some adversity in recent times - in your case, the departure of some important elements of your economic base; in our case, an increasingly competitive environment combined with declining resources to cope with it. But I discern in Moncton an upbeat mood, a sense of renewal not just of the city core but of the spirit of the city itself. The same spirit is present in the CBC; yes, our budget and our staff have been substantially reduced and the effect of that has been felt in Moncton as it has almost everywhere in Canada. But we believe in public broadcasting as strongly as ever; we have the facts to prove that Canadians want CBC television and radio services as much if not more than in the past; and we believe that, given a reasonable level of financial stability, we could give our TV audiences the much more distinctive and truly Canadian broadcasting service they demonstrably demand. We are also very realistic. We recognize that the economic problems facing the country make the prospect of new government funding very difficult so we are looking for ways of injecting more money which do not make unrealistic demands on the public purse.

Many of you will be aware that the Minister of Communications announced the establishment of a committee to conduct a review of our broadcasting system - not just of the CBC but of all elements, private and public - which make up the overall Canadian broadcasting system. I think the CBC can benefit from an objective look at the way it responds to the multiplicity of obligations placed on it by the Broadcasting Act, the public and successive governments. The system cannot help but benefit from a re-focusing of attention on what I am convinced is the main problem - making our television services, public and private, more Canadian, more truly reflective of the country in which we live. And if the group can reach the very difficult goal of coming up with a policy and resource framework which will see us through to the end of the century, we shall all be in their debt. Then, for the first time in my memory, we'll actually be able to concentrate our full attention on doing the job.

There are important questions to be answered. For instance, why is it that during the last 20 years, as cable and satellites have brought more and more foreign programming into Canada, we have not been able to reinforce CBC Canadian programming sufficiently? There has been lots of talk, lots of conferences, seminars and studies but except for the tax on cable revenues and the Broadcast Program Development Fund, no positive, concrete action.

Why has the problem of CBC financing not been looked at for over 30 years? Why do we still finance the CBC as a government department or an administrative organization when it is really more like an operational or industrial organization? For instance, the CBC cannot borrow money - for any purpose. How can a business operate efficiently on that basis? How can it take advantage of new and efficient technologies? How can it plan realistically for a changing broadcasting environment when financial time horizons are limited to one year? The CBC Board of Directors recognizes this, as does the Auditor General. So do many of our political leaders with backgrounds in business and industry.

The CBC is one of the most important journalistic organizations in the country. With its two TV networks, four radio networks, 67 English and French radio stations and 30 English and French TV stations, it produces over 400 newscasts daily, plus more than 1,000 hours of information programs each week. Mistakes are bound to happen. Subjective biases cannot always be contained. However, what kind of political and financial problems would our newspapers or the Canadian Press have if their funds came from Parliament? Certainly this is as important an issue in this country as those

raised by the newspapers after the Kent Commission report. The irritation caused to politicians by all journalistic activity has always been an issue; it's true for all newspapers and it's equally true for the CBC. When financial decisions have to be made, it is bound to have an impact.

It is important to re-examine and re-strengthen our belief in the fundamental reasons and principles which led to the creation of the CBC. Yes, technology has affected the mandate of the CBC.

Technology has made a fully Canadian CBC more essential because technology has made it possible to import more and more U.S. programs into Canada. The lack of Canadian programs has been the most important problem affecting the whole of Canadian television since its beginning 33 years ago. I sometimes wonder if the reason we continue to quarrel uselessly about CBC television is that we don't want to face a reality that is totally obvious. The reality stares us in the face.

How does the CBC itself see its job? The CBC is the national broadcasting service, a symbol of cultural sovereignty in the same way that the railroads and the telegraph were symbols of political and geographic sovereignty. But national does not mean centralist. It means that the CBC reflects the reality of the Canadian federation by, as the Broadcasting Act puts it, "serving the special needs of geographic regions, and actually contributing to the flow

and exchange of cultural and regional information and entertainment". Given the size of the country, this aspect of the CBC mandate creates important financial obligations. Indeed, a very substantial proportion of our overall expenditure - about 30% - is spent on regional operations. We do not commit this level of expenditure only because of a sense of statutory obligation; we do so because we believe in the spirit which is represented by that section of the Act.

There is not, however, a complete consensus on this matter. There are some who argue that in a time of constrained resources the CBC's regional operations are too costly and should be reduced in scope in order to protect network programming. It is true that if the objective is simply to reduce the cost of the CBC, that is one way. But it would be a serious move and I am not at all convinced of its validity, any more than cutting network budgets could be considered a logical response to the proponents of more regional service.

It seems to me that the arguments for a continued high level of regional service will have to be clearly articulated by all those who believe in it. For the CBC there are three essential tests against which we must continuously measure ourselves in our regional programming. Do we present a national picture of the country, seen through the eyes of Canadians in every region? Do we expose to

Canadians what is unique and distinctive to each region? Do we provide the citizens of each region with a reflection of their own life within their own communities? If we meet these tests, then we are in fact adding powerfully to the sinews which bind the Canadian federation together. That certainly is my understanding of the CBC's obligation and purpose.

I would add a further criterion by which the success of our regional operations may be judged. Do we properly reflect the linguistic diversity which exists in many parts of Canada, and respond to the interests and concerns of linguistic and other minorities, whether it be the English in Quebec or the Acadians in New Brunswick?

I recently met with representatives of the Anglophone community in Quebec and I was impressed by the importance they attach to the CBC as a cultural lifeline and by their degree of concern about possible further reductions in service. While we cannot do everything the Acadian community asks of us, the fact that Moncton produces more French radio and television programming than any production centre outside Montreal testifies to the importance we attach to the Acadians in New Brunswick and the other Maritime provinces.

I wish I could say as much for the English service in this province. Although we have CBC English-language radio stations and production

facilities in Moncton, St. John and Fredericton and, in terms of radio, New Brunswick is served better than most parts of the country, this is still the only province in which the CBC does not have an owned-and-operated English television station. This situation came about because of historical and economic factors but the result is that residents of New Brunswick don't get to see everything that CBC English television has to offer. I'm not putting blame on anyone in particular for this state of affairs. But I hope, as many New Brunswickers do, that some day some way can be found to make the full English television service available to the citizens of this province.

Let me now turn to what I characterized a moment ago as the main problem - the need to generate more and better programming for our television networks so that they become more distinctively reflective of Canada and Canadians.

In radio, I don't think anybody would deny that we have been truly successful in that endeavour. Our local and regional services such as CBA and CBAF have established an excellent relationship with the communities they serve and have developed substantial audiences. CBC radio network programming responds to a real need for unbiased and enlightening information and discussion, a constant investigator of the world of ideas and a rich provider of the immense treasures of the great literature and music of the world and of Canada. CBC radio is not just a convenience, it is a necessity.

The problem is television and it is graphically demonstrated by the viewing habits of Canadian children and adults. Let's start with the very basic figures. Canadians now spend half their leisure time watching television. That amounts to an average of 23 hours per week, a figure which has been constant for several years. Our children - who will have watched 12,000 hours of television by the time they are 12 - spend more than 80% of their time watching American programs if those children are English-speaking. Even if they are French-speaking, they spend more than 50% of their time watching U.S. shows. Adults are much the same. Seventy-five per cent of adult viewing time for English Canadians is spent watching American programs.

The problem is one of availability, not of preference. Out of all the English programs available between 7:00 and 11:00 p.m. on all English stations in Canada, 78% are foreign, primarily American, and 22% are Canadian. We're all North American enough to enjoy popular situation comedy; but in prime time English television, 3% of sitcoms are Canadian, 96% are American.

The CBC has given Canadians AM and FM radio services in French and English which are widely recognized as being among the best in the

world. Why have we not yet succeeded as well with television drama and entertainment programming? The explanation is simple.

Television is much more costly. Considering the circumstances - the cost of television and the extraordinary competitiveness of the U.S. entertainment industry everywhere in the world but particularly in Canada - I think we are doing, relatively, very well. However, to balance the fantastic amount of programming coming into Canada through satellites, cable, video cassettes, movie theatres, Canadian private television stations and even our own CBC networks, we should be doing much more.

So the definition of the problem is very simple. With the best will in the world you can't watch what isn't there. And the solution to the problem is equally simple. We have to make more programming, particularly drama, entertainment and children's programming. We have to make programming that is competitive, that Canadians want to watch. Somehow we have to redress the balance and the main institution we must rely on to do this is the CBC. This is not a criticism of private broadcasting. It is a recognition of the facts. That is the reason for the very existence of the CBC.

In French television we have achieved some very interesting results, because our competitive situation in French is different and therefore French-speaking producers, artists, writers and performers

have managed to produce more programs of direct relevance and interest to the French-speaking audience. Still, French television cannot rest on its laurels. There are still changes to be made.

But let's look at English television. The first point I want to underline is that by and large the program we do produce are demonstrably successful. That is certainly true for information programming; THE NATIONAL and THE JOURNAL, for instance, sometimes reach, each of them, more than two million people a night. THE FIFTH ESTATE had an average weekly audience of more than 1.4 million this season; MAN ALIVE, more than one million; MARKET PLACE, more than 1.3 million. The David Suzuki series A PLANET FOR THE TAKING drew an average audience of 1.8 million, which is an almost incredible achievement, given the cerebral nature of its content. This program illustrates two further points. The first is that the CBC has a particular obligation to offer what I call programs of lasting value, dedicated to the exposition of important issues in society. The second is that because the CBC is a popular service offering a wide range of programs, it can attract large audiences even to demanding material such as the Suzuki series. That wouldn't happen if the CBC were strictly a minority, elitist service.

What is both encouraging and frustrating is that our drama and entertainment output is also very successful. The encouraging part is that CHAUTAUQUA GIRL, a gentle, non-violent, very western Canadian story set in Alberta during the depression, was watched by 2.6 million people, incidentally with a particularly high viewing level in the Maritimes. CHARLIE GRANT'S WAR, which ran against an American block-buster mini-series, got 2.1 million viewers. GENTLE SINNERS, a feature film shot in Manitoba, 2.2 million. In every case these audiences were higher than those regularly obtained in Canada by the high-profile Hollywood series such as Dynasty, Remington Steele or St. Elsewhere.

On our French network, the most popular drama programs are all Canadian. Two of them, LE TEMPS D'UNE PAIX and LA BONNE AVENTURE last season regularly captured audiences of about two million people. That is comparable to an audience of more than five million on the English network. LE TEMPS D'UNE PAIX is so successful both with the public and the critics and is now so much part of the culture of French Canada that it is sometimes featured on the front page of the French Canadian press. By the way, it will be back next year in a one-hour format and with the new Joseph-Arthur.

So let's forget once and for all the idea that Canadians won't watch Canadian programs, that we can't compete. That is the encouraging part. The frustrating part is that we cannot do more. We cannot build fast enough on our successes. In the face of open competition from the dominant world force in film and television - our neighbour, the United States - we don't have enough chances to tell our stories, expose our talent and promote our values.

In the United States this week, three powerful commercial networks will each transmit 22 hours of prime-time programming. Taking out the occasional information program you are left with the fact that CBS, NBC and ABC together program close to 60 hours each week of comedy and adventure programming, more than eight hours every evening! Many are excellent programs. All feature Americans, speaking of American experiences.

Now look at Great Britain. This week, on their four television networks, British viewers can see close to 30 hours of indigenous drama, more than four hours every evening! On the BBC alone this week British viewers will see 15 plays, adventures and situation comedies - stories about Whitehall and Scotland Yard - comedies set in London and Glasgow. Side by side on the commercial networks there are another 15 shows running the gamut from comedy to high drama.

On a year-round basis, the CBC schedule may have only one "first" showing of a Canadian program for every two drama slots. The other one will be a repeat. And we can only afford to produce three or four major "quality" dramas such as CHARLIE GRANT'S WAR in a whole TV season. All told, CBC is able to offer the English TV viewer only about four hours a week of original Canadian drama in peak winter season. There are 30 new episodes of Dallas this season, 24 of Kate and Allie, 22 of Remington Steele and of Newhart. By contrast, our own series, SEEING THINGS, had only eight new episodes and the drama documentary series FOR THE RECORD only 6. Stratford productions were seen only twice in 1984-85 and will be seen twice again in 1985-86.

There's no question that the stories are there, the talent is there and the audiences are eager for Canadian programs. I have mentioned just a few of the CBC's own productions which have been very well received. In addition to those, we have now committed funds to 135 productions in drama, variety and children's programming in co-operation with private producers and the Telefilm Fund, productions to be delivered during the next couple of years. Every week we receive many new proposals both from our own staff and from independent producers from all over the country. On the surface it seems like a lot; but for every good proposal we are able to go forward there are a dozen we have to reject, not for lack of quality but for lack of funds. Moreover, the examples I'm telling you about now will be telecast over the next two or three years, too few

currants in too large a cake. As a sample of what is in production or in development at the moment, let me mention ANNE OF GREEN GABLES, co-produced with a private producer and with PBS; LABOUR OF LOVE, a comedy set in an imaginary small town in New Brunswick; JOHN AND THE MISSUS, Gordon Pinsent's heartwarming and heart-breaking story of the death of a small Newfoundland town and the stubborn charismatic man who tries to keep it alive; THE BLACK DONNELLYS, the well-known story of an Ontario Irish family; ISAAC LITTLEFEATHERS, which was shot last summer in Alberta. It's a warm and touching drama about the relationship between a young Metis boy and the widowed Jewish shopkeeper who adopts him. There's STRIKER'S MOUNTAIN, a feature film also shot in Alberta, and JOSHUA THEN AND NOW, based on Mordecai Richler's very successful novel. This is a feature film and mini-series; the feature film is to be shown at the prestigious Cannes Film Festival next week, the first Canadian film to be invited to the official competition in many years.

Our French network is just as busy. We have played an active role in licensing and/or investing in a dozen or more independently produced feature films ranging from UNE JOURNÉE EN TAXI to LA GUERRE DES TUQUES. We are committed to broadcast 13 episodes of a téléroman next fall called UN AMOUR DE QUARTIER and there's another one

entitled MANON in an advanced stage of development. In variety, we have scheduled six one-hour programs on popular song in Quebec and upcoming is a five one-hour series on humour derived from the Festival Juste Pour Rire. We're working on a major European co-production of 32 animated half-hours for children. We're involved in a six-hour mini-series plus feature based on the very successful novel LE MATOU developed and scheduled in co-operation with Radio-Québec, and next year's prime time schedule will include both the feature and mini-series entitled LE CRIME D'OVIDE PLOUFFE. You will also be interested to hear that with the National Film Board and Telefilm Canada we are developing a co-production for the French network with a Moncton independent producer.

As I mentioned a moment ago, one of the highlights of next season will be the return of LE TEMPS D'UNE PAIX. There will be two new téléromans as yet unnamed - one centering round the daily life of a policeman, the other a family situation with special emphasis on youth. LES BEAUX DIMANCHES will present drama specials such as BONHEUR GARANTI; a new production of CYRANO DE BERGERAC with Albert Millaire, and music and dance presentations with Eddy Toussaint and the Quebec Symphony Orchestra. So many ideas, so many opportunities. We're going as fast as we can, commissioning programs from independent producers and making them ourselves in our own studios.

We should also be showing off the genius of our regional theatre to the Canadian television audience. We have been able to do some of this in recent years; one of the best examples was Viola Léger's wonderful performance in Antonine Maillet's LA SAGUINE, shown in both French and English. We've seen St. John's marvellous re-creation of the Joey Smallwood legend, and MA MURRAY from British Columbia. This season our English television schedule included PRAIRIE CHURCH from Edmonton; WAITING FOR THE PARADE from Theatre London; BIRDS OF A FEATHER from the Shaw Festival in Niagara-on-the-Lake, and just two weeks ago, THE KING OF FRIDAY NIGHT, the television version of John Gray's play about the reunion of a Nova Scotia rock and roll group. But there's so much more than needs to be done, so many Canadian stories that are worth telling and watching, stories that beg to be told.

Television can make a powerful contribution to this. News and information programs are indispensable to keep our minds clear about what is going on here and around the world. But stories, fiction and drama deal with our past, our emotions, our dreams, our passions, our weaknesses, our strengths - as people, as individuals. They are a powerful means of communication not just with adults but also with children. Stories help see behind the appearances that make us different and help us to understand our disparities and our similarities. For children, they explain the past, the world around them and stir the imagination for the future.

Let me repeat what I said a moment ago. All the programs we are planning to do may seem like a lot. But in the face of the tidal wave of U.S. programming which swamps this country every day, it just isn't enough. We have to find ways to do more.

What can we do about this situation? Well, the CBC strategy calls for a rapid reduction in the amount of U.S. programming so that by 1988-89 we have only about three hours a week of foreign programming in prime time, one hour of which will be non-American. Despite our problems, we have to try to stick to this schedule. That means making further administrative economies in the CBC and directing the money to programming - I'll say more about the subject of efficiency in a moment. We intend to work with the private production industry and to utilize the Telefilm Canada Fund to the greatest possible extent. For the CBC, it undoubtedly means finding other revenue sources because there is no possibility that we can do what needs to be done with what we have at the moment. We have, therefore, made a proposal to the Minister of Communications which would enable us to keep any benefits accruing from increased efficiency in our commercial sales operations. The current practice involves a strange disincentive: if we make more revenue than planned, we have to return the additional amount to the government, but if we make less, the CBC

has to absorb the loss. I am optimistic that tight management and responsible proposals to government will allow us to build on the excellent results achieved so far. However, it is clear that work has to start quickly on a longer-term financing solution if our programming objectives are to be reached in the foreseeable future.

So far, I have made no mention of the private broadcasting industry and the contribution it can make to the transformation of our broadcasting system. I think private broadcasters can be encouraged to schedule more popular Canadian programs in peak audience times. In the end, however, the main responsibility must rest with the CBC which, despite all its successes, remains the much maligned, much criticized, favourite whipping boy of almost everybody, including some of your own newspapers. The question then becomes: does the CBC deserve to be entrusted with that responsibility? Is it capable of meeting the challenge?

In my almost three years at the CBC, economy and efficiency have been a constant preoccupation. We have reorganized the structure of the Corporation so as to give a more "hands-on" approach to management. Long before the recent budget reduction, we had embarked successfully on a program of cutting unnecessary administrative and other expenditures and putting the money into programming. We are in the process of implementing almost all the recommendations of the Auditor General's Comprehensive Audit of the CBC. We have carried out the budget reduction decreed by the government, cutting more than 1,000

jobs in a little over a month. Because the CBC is extensively unionized and has to deal with 24 bargaining agents, it was a complex process, particularly in view of the speed with which it had to be carried out. So there were some problems and some mistakes, but, in large measure, we have accomplished what we set out to do.

Is there more that can be done to make the CBC more efficient and more accountable for the public funds it receives? Undoubtedly there is because no organization is ever 100% efficient; there is always something that can be done better, or, perhaps not at all. But let's be clear on this. The "fat" which may have existed in the CBC - and I don't deny there was some - has gone. Any improvements in efficiency or productivity from now on are going to come as a result of patient rationalization of our operations. We must ensure that we have the managerial flexibility to cope with a new environment while continuing to deal fairly with our employees.

To answer my own question - I believe you can have confidence in the CBC. We have a clear vision of where we want to go and how to get there. We have a realistic understanding of the resources likely to be available. We understand that the CBC does not exist for itself, or for its employees, or even for the government. It exists to serve the people of Canada, the audiences for its radio and television programs. As long as we keep that thought clearly in mind, and as long as those audiences continue to demonstrate their appreciation of the reflection of Canada which the CBC provides, I have every confidence in the future.



Notes pour une allocution
du président de la SRC,
M. Pierre Juneau,
au 94^e banquet annuel
de la Chambre de commerce
du Grand Moncton

Hôtel Brunswick, Moncton
Le 9 mai 1985

Je vous remercie de votre invitation, à l'occasion du 94^e Banquet annuel de la Chambre de commerce de Moncton. A mon avis, on peut établir un parallèle entre votre ville et la Société Radio-Canada. Toutes deux vivent des temps difficiles - dans votre cas, le départ de certains éléments importants de votre base économique; dans le nôtre, l'accroissement de la concurrence, de pair avec une diminution des ressources. Mais je vois que Moncton relève la tête, qu'il se dégage un air de renouveau, pas simplement dans la ville elle-même, mais dans l'esprit qui l'habite. Et, c'est ce même esprit qui règne à Radio-Canada. Oui, notre budget et notre effectif ont été considérablement réduits et les conséquences de ces mesures se font sentir à Moncton comme presque partout ailleurs au Canada. Mais, plus que jamais, nous croyons en la radiotélévision publique; nous avons la preuve que les Canadiens veulent les services de radio et de télévision de Radio-Canada, autant sinon plus que par le passé. Et, à condition de pouvoir compter sur un niveau raisonnable de stabilité financière, nous pourrions offrir à nos téléspectateurs le service réellement distinctif et canadien dont ils veulent manifestement. Nous sommes également très réalistes. Nous nous rendons bien compte qu'étant donné les problèmes économiques avec lesquels notre pays est aux prises, il est fort douteux que le gouvernement puisse nous accorder de nouveaux fonds, et nous sommes donc en train de rechercher d'autres moyens de trouver de l'argent sans grever indûment le Trésor public.

Comme beaucoup d'entre vous le savez sans doute, le ministre des Communications a annoncé la formation d'un groupe de travail chargé de réexaminer notre système de radiodiffusion -- non pas uniquement Radio-Canada, mais tous les éléments, privés et publics, qui constituent l'ensemble du système de radiotélédiffusion canadien. Je pense que Radio-Canada ne peut que bénéficier d'une réévaluation objective de la façon dont elle s'acquitte des innombrables obligations qui lui sont imposées par la Loi sur la radiodiffusion, par le public et par les gouvernements qui se sont succédés. Le système a tout à gagner d'une étude qui fera ressortir ce qui, j'en suis convaincu, constitue le principal problème - la nécessité de donner à nos services de télévision, publics et privés, un caractère qui soit davantage canadien et offre une image plus fidèle de notre pays. Si le groupe de travail réussit à atteindre cet objectif extrêmement difficile, s'il parvient à proposer une politique et à prévoir des ressources qui nous permettront de survivre jusqu'à la fin du siècle, nous lui serons tous extrêmement reconnaissants. Alors, autant que je m'en souviene, ce sera la première fois que nous pourrons réellement concentrer toute notre attention sur l'accomplissement de notre mission.

Il faudra trouver des réponses à des questions de taille. Par exemple, pourquoi, au cours des 20 dernières années, alors que le câble et les satellites apportaient de plus en plus d'émissions étrangères au Canada, n'avons-nous pas réussi à consolider suffisamment la programmation canadienne de Radio-Canada? D'innombrables discussions, conférences, séances d'études et séminaires se sont succédés, mais à part l'imposition

d'une taxe sur les recettes du câble et la création du Fonds de développement des émissions canadiennes, aucune action concrète positive n'en a résulté.

Pourquoi, depuis plus de 30 années, ne s'est-on jamais penché sur le problème que constitue le financement de Radio-Canada? Pourquoi continue-t-on à financer la Société comme s'il s'agissait d'un ministère ou d'un organisme administratif alors qu'elle fonctionne bien plus comme une entreprise opérationnelle ou industrielle? Par exemple, Radio-Canada ne peut emprunter d'argent pour quelque raison que ce soit. Comment une entreprise pourrait-elle fonctionner efficacement dans ces conditions? Comment Radio-Canada peut-elle se prévaloir de technologies de pointe efficaces? Comment peut-elle se préparer convenablement à s'adapter à l'évolution du milieu de la radiodiffusion alors que ses horizons financiers sont limités à une année? Le Conseil d'administration de Radio-Canada reconnaît le problème, tout comme le Vérificateur général. Bon nombre de nos dirigeants politiques qui ont une expérience des affaires et de l'industrie sont également d'accord.

La Société Radio-Canada est l'un des organismes journalistiques les plus importants du pays. Avec ses deux réseaux de télévision, ses quatre réseaux radiophoniques, ses 67 stations de radio françaises et anglaises et ses 30 stations de télévision françaises et anglaises, elle produit chaque jour plus de 400 bulletins de nouvelles, ainsi que plus de 1 000 heures

d'émissions d'information par semaine. Il est impossible d'éviter que certaines erreurs se produisent. Il peut même arriver à l'occasion que l'on soit quelque peu subjectif. Mais, quels problèmes politiques et financiers pensez-vous la Presse canadienne ou nos quotidiens rencontreraient-ils si ces médias étaient financés par le Parlement? Cette question, tout comme celles que le rapport de la Commission Kent a soulevées dans les journaux, est certainement importante. L'irritation que toutes les activités journalistiques suscitent auprès des politiciens a toujours posé un problème; et la chose est tout aussi valable pour les quotidiens que pour Radio-Canada. Alors, lorsqu'arrive le moment de prendre des décisions d'ordre financier, ce sentiment ne peut qu'avoir certaines conséquences.

Il est important de réexaminer et de renforcer notre croyance dans les raisons et principes fondamentaux qui ont présidé à la création de Radio-Canada. Oui, la technologie a eu des effets sur le mandat de Radio-Canada. Depuis qu'elle permet l'importation d'un nombre sans cesse croissant d'émissions américaines dans notre pays, il importe plus que jamais que la Société Radio-Canada soit intégralement canadienne. Or, la pénurie d'émissions canadiennes constitue le problème le plus grave que connaît l'ensemble de la télévision canadienne depuis ses débuts, il y a 33 ans. Je me demande parfois si nous ne continuons pas à nous disputer inutilement à propos de la télévision de Radio-Canada tout simplement parce que nous ne voulons pas voir la réalité en face, alors qu'elle saute aux yeux.

Comment Radio-Canada conçoit-elle sa mission? Elle est le service national de radiotélévision, un symbole de souveraineté culturelle, au même titre que les chemins de fer et le télégraphe étaient autrefois des symboles de notre souveraineté politique et territoriale. Mais "national" ne signifie pas centraliste. Cela veut dire que Radio-Canada reflète la réalité de la fédération canadienne en répondant, comme le stipule la Loi sur la radiodiffusion, "aux besoins particuliers des diverses régions et en contribuant activement à la fourniture et à l'échange d'informations et de divertissements d'ordre culturel et régional". Étant donné la taille de notre pays, cet aspect du mandat de la Société entraîne des obligations financières considérables. En effet, une large proportion de nos dépenses globales - environ 30 p. 100 - va à notre exploitation régionale. Or, ce n'est pas tout simplement parce que la Loi nous y oblige que nous consacrons autant d'argent aux régions, mais bien parce que nous croyons à l'esprit de cet article de la Loi.

Cette façon de faire ne rallie cependant pas tous les suffrages. Certains prétendent qu'en cette époque de restrictions financières, les activités régionales de Radio-Canada coûtent trop cher et qu'il faudrait réduire leur champ d'action afin de sauvegarder la programmation de réseau. Il est vrai que si notre seul objectif était de réduire les frais de la Société, ce serait là un moyen d'y parvenir. Mais ce geste serait lourd de conséquences et je ne suis pas du tout convaincu qu'il en vaudrait la peine, pas plus qu'il ne serait logique de réduire les budgets des réseaux pour satisfaire les désirs de ceux qui préconisent un service à caractère davantage régional.

Il me semble que les tenants d'un niveau élevé d'activités régionales devront énoncer clairement leurs arguments. Pour Radio-Canada, il existe trois critères essentiels en fonction desquels nous devons continuellement évaluer notre programmation régionale. Les voici: Présentons-nous une image nationale du pays, telle qu'elle apparaît aux yeux des Canadiens de chaque région? Faisons-nous connaître aux Canadiens le caractère particulier de chaque région? Renvoyons-nous aux citoyens de chaque région une image de leur propre vie, au sein de leur propre communauté? Si nous répondons oui à ces trois questions, alors nous pouvons conclure que nous contribuons avec force à resserrer les liens qui unissent notre pays. C'est ainsi, en tout cas, que je conçois les obligations et la raison d'être de Radio-Canada.

J'aimerais, en outre, rajouter un autre critère qui peut servir à mesurer le succès de nos activités régionales: rendons-nous fidèlement compte de la diversité linguistique du Canada, et répondons-nous aux intérêts et aux préoccupations de divers groupes minoritaires, linguistiques ou autres, qu'il s'agisse des anglophones au Québec ou des Acadiens au Nouveau-Brunswick?

J'ai récemment rencontré les représentants de la communauté anglophone du Québec et j'ai été impressionné par l'importance qu'ils accordent à Radio-Canada en tant qu'outil de sauvegarde de leur identité culturelle et par l'inquiétude que leur inspirent d'autres éventuelles réductions du

service. Bien que nous ne puissions répondre à toutes les demandes de la communauté acadienne, le fait que Moncton produise davantage d'émissions françaises de radio et de télévision que tout autre centre de production, à part Montréal, atteste l'importance que nous accordons aux Acadiens du Nouveau-Brunswick et d'ailleurs dans les Maritimes.

J'aimerais pouvoir en dire autant de notre service en langue anglaise dans votre province. Radio-Canada possède des stations radiophoniques et des installations de production anglophones à Moncton, Saint-Jean et Frédéricton, et, dans le domaine de la radio, le Nouveau-Brunswick est mieux desservi que la plupart des autres régions du pays. Par contre, c'est toujours la seule province où Radio-Canada n'ait pas de station de télévision anglaise qui lui appartienne en propre. Cette situation découle de facteurs historiques et économiques, mais le résultat est que les habitants du Nouveau-Brunswick n'ont pas la possibilité de voir tout ce que la télévision anglaise de Radio-Canada peut leur offrir. Je ne blâme personne en particulier de cet état de chose. Mais j'espère, comme bien des gens au Nouveau-Brunswick, qu'un jour nous trouverons les moyens de mettre l'ensemble du service de la télévision anglaise à la portée des citoyens de la province.

Permettez-moi, à présent, de passer à ce que j'ai décrit un peu plus tôt comme le problème majeur: nous devons trouver des moyens d'augmenter la quantité et la qualité des émissions pour nos réseaux de télévision, afin qu'ils puissent offrir une image plus fidèle et plus distinctive du Canada et des Canadiens.

A la radio, je pense que personne ne niera que nous avons très bien réussi. Nos services locaux et régionaux comme CBAF et CBA ont établi d'excellents rapports avec les communautés qu'ils desservent et se sont acquis d'importants auditoires. La programmation des réseaux radiophoniques de Radio-Canada répond à un besoin réel d'informations et de discussions objectives et éclairées, fouille sans relâche le monde des idées et offre à profusion les grands trésors de la littérature et de la musique du Canada et du reste du monde. La radio de Radio-Canada n'est pas simplement une commodité, c'est une nécessité.

Notre point faible, c'est la télévision. Les habitudes d'écoute des enfants et des adultes canadiens illustrent très bien la situation. Commençons par les chiffres de base. Les Canadiens consacrent actuellement la moitié de leur temps de loisir à la télévision: ils passent en moyenne 23 heures par semaine devant leur petit écran. Ce chiffre n'a pas varié depuis plusieurs années. Nos enfants - qui, lorsqu'ils atteindront 12 ans, auront vu 12 000 heures de télévision - passent plus de 80 p. 100 de leur temps d'écoute à regarder des émissions américaines lorsqu'ils sont anglophones. Et même les francophones passent plus de 50 p. 100 de leur temps de télévision à regarder des émissions américaines. La situation est à peu près la même pour les adultes. Les Canadiens anglais consacrent environ 75 p. 100 de leur temps d'écoute aux émissions américaines.

C'est une question de disponibilité et non de préférence. De toutes les émissions que diffusent les stations anglaises du Canada entre 19 h et 23 h, 78 p. 100 sont étrangères, surtout américaines, et 22 p. 100 canadiennes. Nous sommes tous suffisamment Nord-américains pour regarder avec plaisir une comédie de situation populaire, mais aux heures de grande écoute de la télévision anglaise, 3 p. 100 de ce genre d'émissions sont canadiennes, alors que 96 p. 100 sont américaines.

Radio-Canada a donné aux Canadiens des services de radio MA et MF français et anglais qui sont largement reconnus comme étant parmi les meilleurs au monde. Pourquoi n'avons-nous pas réussi à faire la même chose dans le domaine des dramatiques et du divertissement à la télévision? L'explication est simple. La télévision coûte beaucoup plus cher. Étant donné les circonstances, c'est-à-dire le coût de la télévision et l'extraordinaire compétitivité de l'industrie du spectacle américain partout dans le monde, mais plus particulièrement au Canada, je pense que nous nous en tirons relativement bien. Pourtant, pour compenser l'incroyable quantité de programmes qui entrent au Canada par les satellites, le câble, les cassettes vidéo, les cinémas, les stations de télévision privées canadiennes et même nos propres réseaux de Radio-Canada, nous devrions faire bien plus encore.

Le problème est donc très simple. Avec la meilleure volonté du monde, on ne peut regarder ce qui n'existe pas. Et la solution au problème est tout aussi simple. Nous devons produire davantage d'émissions, surtout des

dramatiques, des émissions pour enfants et de divertissement. Nous devons produire des émissions qui soient concurrentielles et que les Canadiens veulent regarder. Nous devons retrouver un nouvel équilibre et, pour ce faire, c'est plus particulièrement sur Radio-Canada que nous devons compter. Je ne critique pas ici la télévision privée. Je m'en tiens aux faits. C'est la raison même de l'existence de Radio-Canada.

A la télévision française, nous avons atteint des résultats très intéressants parce que la situation concurrentielle du marché français est différente et, qu'en conséquence, les producteurs, artistes, auteurs et interprètes francophones ont pu réaliser davantage d'émissions qui intéressent directement leur auditoire. Malgré cela, la télévision française ne peut se reposer sur ses lauriers. Il reste encore des choses à améliorer.

Mais jetons un coup d'oeil à la télévision anglaise. Le premier point que j'aimerais souligner est que, dans l'ensemble, les émissions que nous produisons sont des réussites. Nous en avons la preuve. C'est le cas, en particulier, des émissions d'information THE NATIONAL et THE JOURNAL, qui atteignent parfois chacune plus de deux millions de personnes chaque soir. THE FIFTH ESTATE a un auditoire moyen hebdomadaire de 1,4 million de téléspectateurs cette saison; MAN ALIVE plus de 1 million; MARKET PLACE plus de 1,3 million. La série de David Suzuki, A PLANET FOR THE TAKING, a attiré un auditoire de 1,8 million de personnes, ce qui est tout à fait remarquable étant donné l'effort de réflexion qu'elle exige. Cela prouve deux choses. La première, que Radio-Canada a l'obligation d'offrir ce que j'appelle des

émissions de valeur durable, consacrées aux grandes questions de notre époque. La seconde, que Radio-Canada, en qualité de réseau populaire et diversifié, réussit à attirer de vastes auditoires, même pour une série aussi exigeante que celle de Suzuki. Ce ne serait pas le cas si Radio-Canada était strictement un service élitiste réservé à une minorité.

Le fait que nos dramatiques et nos émissions de divertissement remportent également un très vif succès est à la fois encourageant et frustrant. Il est en effet encourageant de savoir que CHAUTAUQUA GIRL, une charmante histoire sans violence dont l'action se déroule en Alberta pendant la dépression, a été regardée par 2,6 millions de personnes, avec d'ailleurs une cote d'écoute particulièrement élevée dans les Maritimes. De même, CHARLIE GRANT'S WAR, qui a été présenté en même temps qu'une mini-série américaine à grand succès, a attiré 2,1 millions de téléspectateurs et GENTLE SINNERS, un long métrage tourné au Manitoba, 2,2 millions. Dans chaque cas, ces auditoires étaient plus élevés que ceux qu'obtiennent au Canada de grandes séries de Hollywood comme DYNASTY, REMINGTON STEELE ou ST. ELSEWHERE.

A notre réseau français, les émissions dramatiques les plus populaires sont toutes canadiennes. Deux d'entre elles, LE TEMPS D'UNE PAIX et LA BONNE AVENTURE ont attiré régulièrement la saison dernière des auditoires d'environ deux millions de personnes, ce qui se compare à plus de cinq millions de gens au réseau anglais. LE TEMPS D'UNE PAIX remporte un tel succès autant auprès du public que des critiques, et fait maintenant tellement partie intégrante de la culture du Canada français, qu'elle tient

souvent la manchette de la presse francophone. D'ailleurs, la série reviendra l'an prochain en tranches d'une heure et avec un nouveau Joseph-Arthur.

Oublions donc une fois pour toutes l'idée que les Canadiens ne regardent pas d'émissions canadiennes, que nous ne pouvons pas être compétitifs. Voilà pour l'aspect encourageant. Ce qui est frustrant, en retour, c'est que nous ne puissions en faire davantage. Nous ne pouvons pas profiter assez vite de nos succès. Devant la concurrence sans limite du principal producteur cinématographique et télévisuel mondial qu'est notre voisin du Sud, nous n'avons pas suffisamment d'occasions de raconter nos propres histoires, de montrer nos propres talents et d'exposer nos propres valeurs.

Aux États-Unis, cette semaine, trois grandes chaînes commerciales transmettront chacune 22 heures d'émissions aux heures de grande écoute. Le fait est que CBS, NBC et ABC diffusent ensemble, outre des émissions d'information occasionnelles, près de 60 heures d'émissions de comédie et d'aventures par semaine, soit plus de huit heures chaque soir! Parmi ces émissions, il y en a d'excellentes mais toutes ont pour sujet les Américains et parlent de l'expérience américaine.

En Grande-Bretagne, cette semaine, les téléspectateurs peuvent voir à leurs quatre réseaux près de 30 heures de dramatiques britanniques, soit plus de quatre heures chaque soir! Rien qu'à la BBC, les téléspectateurs ont le choix cette semaine entre 15 téléthéâtres, comédies de situation et films d'aventure -- des histoires au sujet de Whitehall et de Scotland Yard --,

des comédies qui se déroulent à Londres ou à Glasgow. De plus, les réseaux commerciaux proposent 15 autres émissions offrant toute la gamme de divertissement, des comédies aux grandes dramatiques.

Par contre, à Radio-Canada, dans le courant d'une année entière, il peut très bien arriver que sur deux dramatiques canadiennes, une seule soit diffusée en primeur, alors que l'autre est une reprise. Et nous n'avons les moyens de produire que trois ou quatre grandes dramatiques de qualité comme CHARLIE GRANT'S WAR dans toute une saison de télévision. En tout et pour tout, Radio-Canada n'est en mesure d'offrir aux téléspectateurs de la télévision canadienne anglaise qu'environ quatre heures de dramatiques canadiennes originales par semaine pendant la haute saison d'hiver. Il y a 30 nouveaux épisodes de DALLAS cette saison, 24 de KATE AND ALLIE, 22 de REMINGTON STEELE et de NEWHART. Par contre, notre propre série, SEEING THINGS, ne comporte que 8 nouveaux épisodes et la série de docudrames FOR THE RECORD 6 seulement. Nous n'avons diffusé que deux productions de Stratford en 1984-1985 et ce sera la même chose en 1985-1986.

Il ne fait pas de doute, pourtant, que les sujets sont là. Le talent est là et les auditoires souhaitent vivement des émissions canadiennes. J'ai parlé de quelques productions de Radio-Canada qui ont toutes été très bien reçues. D'autre part, nous avons jusqu'à présent engagé des fonds dans 135 productions de dramatiques, de variétés et d'émissions pour enfants en collaboration avec les producteurs privés et le fonds de Téléfilm, productions qui seront présentées au cours des deux prochaines années. Chaque semaine, nous recevons un grand nombre de nouvelles propositions,

tant de notre propre personnel que de producteurs indépendants de partout au pays. A première vue, cela semble beaucoup, mais pour chaque bonne proposition à laquelle nous pouvons donner suite, il faut en rejeter une dizaine, non parce que la qualité n'y est pas, mais par manque de fonds. D'autre part, les productions dont je vous parle maintenant seront diffusées au cours des deux ou trois prochaines années, autant dire une goutte d'eau dans la mer.

Pour vous donner une idée des productions à venir ou en cours de réalisation, je citerai ANNE OF GREEN GABLES, une émission coproduite avec un producteur privé et PBS; LABOUR OF LOVE, une comédie qui se déroule dans une petite ville imaginaire du Nouveau-Brunswick; JOHN AND THE MISSUS, l'histoire à la fois triste et chaleureuse de Gordon Pinsent au sujet de la mort d'une petite ville de Terre-Neuve et de la personnalité exceptionnelle de l'homme qui essaie de la maintenir en vie; THE BLACK DONNELLYS, l'histoire bien connue d'une famille irlandaise de l'Ontario; ISAAC LITTLEFEATHERS, qui a été tourné l'été dernier en Alberta. Il s'agit d'une dramatique touchante à propos d'un jeune métis adopté par un commerçant juif. Il y a aussi STRIKER'S MOUNTAIN, un long métrage également tourné en Alberta et JOSHUA THEN AND NOW, basé sur la nouvelle bien connue de Mordecai Richler. Il s'agit d'un long métrage et d'une mini-série; le long métrage sera présenté au festival de Cannes la semaine prochaine, le premier film canadien à être sélectionné depuis de nombreuses années.

Notre réseau français est tout aussi productif. Nous avons joué un rôle actif en investissant dans plus d'une dizaine de longs métrages produits par

le secteur privé, allant d'UNE JOURNÉE EN TAXI à LA GUERRE DES TUQUES. Nous nous sommes engagés à diffuser, l'automne prochain, 13 épisodes d'un téléroman intitulé UN AMOUR DE QUARTIER; un autre, MANON, en est aux dernières étapes de la production. En variétés, nous avons prévu six émissions d'une heure sur la chanson populaire au Québec et une série de cinq émissions d'une heure sur l'humour tirée du festival JUSTE POUR RIRE. Nous travaillons à une grande production européenne de 32 films d'animation d'une demi-heure pour les enfants. Nous participons, en collaboration avec Radio Québec, à une mini-série de six heures et au long métrage correspondant basé sur le roman bien connu LE MATOU. L'an prochain, aux heures de grande écoute, la grille-horaire comprendra le film et la mini-série LE CRIME D'OVIDE PLOUFFE. Vous serez sans doute également heureux de savoir que nous collaborons avec l'Office national du film et Téléfilm Canada pour lancer une coproduction réalisée par un producteur indépendant de Moncton à l'intention du réseau français.

Comme je l'ai dit il y a un instant, un des grands moments de la prochaine saison sera le retour de l'émission LE TEMPS D'UNE PAIX. Il y aura aussi deux nouveaux téléromans qui n'ont pas encore reçu de titre, l'un a pour sujet la vie quotidienne d'un agent de police, l'autre est une situation familiale qui met plus particulièrement l'accent sur la jeunesse. LES BEAUX DIMANCHES présenteront des dramatiques spéciales comme BONHEUR GARANTI, une nouvelle production de CYRANO DE BERGERAC avec Albert Millaire, et des présentations de musique et de danse avec Eddy Toussaint et l'Orchestre symphonique de Québec. Un fourmillement d'idées et bien des possibilités. Nous allons aussi vite que nous le pouvons, en commandant des émissions

auprès de producteurs indépendants et en produisant nous-mêmes dans nos propres studios.

Nous devons également montrer les grands talents de notre théâtre régional aux téléspectateurs canadiens. Nous l'avons déjà fait ces dernières années. L'un des meilleurs exemples en est la merveilleuse interprétation de Viola Léger dans LA SAGOUINE, d'Antonine Maillet, présentée en français et en anglais. Nous avons vu l'extraordinaire reconstitution de la légende de Joey Smallwood à Saint-Jean-de-Terre-Neuve et de Ma Murray en Colombie-Britannique. Cette saison, notre télévision anglaise présentera PRAIRIE CHURCH d'Edmonton; WAITING FOR THE PARADE du Theatre London; BIRDS OF A FEATHER du Shaw Festival de Niagara-on-the-Lake et, il y a à peine deux semaines, nous avons vu THE KING OF FRIDAY NIGHT, la version télévisée de la pièce de John Gray sur la réunion d'un groupe de rock and roll de Nouvelle-Écosse. Mais il y a tant à faire encore, tant de sujets canadiens qui valent la peine d'être dits et regardés, des récits qui ne demandent qu'à être contés.

La télévision peut y contribuer fortement. Les émissions de nouvelles et d'information sont évidemment indispensables à notre connaissance des événements d'ici et du reste du monde. Mais les récits, la fiction et les dramatiques traitent de notre passé, de nos émotions, de nos rêves, de nos passions, de nos forces et de nos faiblesses, en tant que peuple et en tant qu'individus. Ils représentent un moyen puissant de communication, non seulement pour les adultes mais aussi pour les enfants. Les histoires nous aident à voir au-delà des apparences qui nous distinguent et ils nous aident

à comprendre nos différences et nos similitudes. Pour les enfants, ils expliquent le passé, le monde qui nous entoure et ils éveillent l'imagination.

Permettez-moi de répéter ce que je disais il y a quelques instants. D'après l'énumération que je viens de vous faire, vous pouvez avoir l'impression que nous ne manquons pas de projets. Mais, devant le flot d'émissions américaines qui inondent chaque jour notre pays, ce n'est tout simplement pas suffisant. Nous devons trouver des moyens de produire encore davantage d'émissions.

Et que pouvons-nous faire? Eh bien, la stratégie de Radio-Canada prévoit une diminution rapide du volume de programmation américaine, de sorte que d'ici 1988-1989 nous n'ayons plus qu'environ trois heures d'émissions étrangères par semaine, en période de grande écoute, dont une ne serait pas américaine. Malgré nos difficultés, nous devons nous efforcer de nous en tenir à ce plan. Ce qui signifie que nous devons réaliser d'autres économies administratives pour affecter cet argent à la programmation - et je reviendrai à la question de l'efficacité dans un moment. Nous avons l'intention de travailler avec l'industrie privée de la production et de tirer le meilleur parti possible du fonds de Téléfilm Canada. Pour nous, cela veut dire qu'il nous faudra sans doute trouver d'autres sources de revenu, car il est tout à fait impossible d'accomplir tout ce que nous avons à faire avec les moyens actuellement à notre disposition. Nous avons donc soumis au ministre des Communications une proposition qui nous permettrait de garder tous les bénéfices que nous pourrions réaliser en rentabilisant

davantage nos activités commerciales. La pratique actuelle n'est pas très stimulante; si nous retirons davantage de recettes que prévu, nous devons verser l'excédent à l'État. Par contre, s'il y a un manque à gagner, Radio-Canada doit en absorber le coût. J'ai bon espoir qu'en resserant notre gestion et en soumettant des propositions sérieuses au gouvernement, nous réussirons à faire encore mieux en nous appuyant sur les excellents résultats obtenus jusqu'à présent. Quoi qu'il en soit, il est clair que nous devons nous mettre au travail rapidement pour trouver une solution de financement à long terme si nous voulons atteindre nos objectifs de programmation dans un avenir prévisible.

Jusqu'à présent, je n'ai pas mentionné le secteur privé de la radiodiffusion, ni le rôle qu'il peut jouer dans la transformation de notre système de radiodiffusion. J'estime qu'on peut encourager les diffuseurs privés à mettre à l'horaire davantage d'émissions canadiennes populaires aux heures de grande écoute. Mais au bout du compte, c'est à Radio-Canada que doit revenir la principale responsabilité, à Radio-Canada qui, malgré tous ses succès, demeure le bouc-émissaire favori, le plus calomnié et le plus critiqué par presque tout le monde, y compris certains de vos propres journaux. La question qui se pose alors est de savoir si Radio-Canada mérite qu'on lui confie une telle responsabilité. Est-elle capable de relever un tel défi?

Depuis presque trois ans que je suis à Radio-Canada, sa situation économique et son efficacité n'ont cessé de me préoccuper. Nous avons réorganisé la Société pour que la direction soit plus proche de ce qui se passe. Bien

avant les récentes compressions budgétaires, nous avons entrepris avec succès un programme d'élimination de toutes les dépenses administratives et autres qui nous semblaient superflues, de manière à injecter dans la programmation l'argent ainsi économisé. Nous sommes en train de mettre en oeuvre presque toutes les recommandations que le Vérificateur général a émises à la suite de sa vérification intégrée de Radio-Canada. Nous avons effectué les compressions budgétaires décrétées par le gouvernement et supprimé ainsi plus de 1 000 emplois en un peu plus d'un mois. Cependant, comme le personnel de Radio-Canada est très fortement syndiqué et qu'il a fallu traiter avec 24 groupements négociateurs, la tâche s'est révélée fort complexe, en particulier à cause de la rapidité avec laquelle il a fallu agir. Nous avons donc rencontré certaines difficultés et commis certaines erreurs, mais dans l'ensemble, nous avons réussi à atteindre les objectifs que nous nous étions fixés.

Que peut-on faire d'autre pour que la Société Radio-Canada soit encore plus efficace et pour qu'elle rende encore mieux compte des fonds publics qui lui sont confiés? Il reste probablement des moyens à prendre, car il n'existe aucun organisme qui soit efficace à cent pour cent; il y a toujours quelque chose à améliorer, ou peut-être à supprimer. Mais soyons clair. Tout le "gras" qui pouvait exister à Radio-Canada -- et je ne nie pas qu'il y en ait eu -- a disparu. A partir de maintenant, ce n'est qu'en rationalisant patiemment nos activités que nous pourrions améliorer l'efficacité et la productivité. Nous devons nous assurer que nous disposerons de la souplesse gestionnaire nécessaire pour nous adapter à toute modification de

notre environnement, tout en continuant à traiter équitablement nos employés.

Pour répondre à ma propre question -- je crois que vous pouvez avoir confiance en Radio-Canada. Nous savons très bien où nous voulons aller et comment nous y rendre. Nous ne nous faisons guère d'illusion sur les ressources dont nous pourrions disposer. Nous comprenons que la Société Radio-Canada n'existe pas pour elle-même, ni pour ses employés, ni même pour l'État. Elle existe pour servir le peuple canadien, les auditoires de sa radio et de sa télévision. Tant que nous garderons clairement cela à l'esprit, et tant que ces auditoires continueront à démontrer qu'ils apprécient l'image du Canada que la radio et la télévision publique canadienne leur renvoient, je resterai confiant dans l'avenir.



Broadcasting: An Essential Element of Sovereignty and Democracy



An address by Pierre Juneau
President of the CBC

October 16, 1985

Conference on the Future of the
Canadian Broadcasting System

Canadian Conference of the Arts
Ottawa

Another examination of Canadian broadcasting is presently going on. I personally welcome this examination. Its creation demonstrates that culture and broadcasting are a constant matter of concern, indeed worry in our country. As a subject of discussion and debate it certainly is a national priority. Let us hope that Messrs. Caplan and Sauvageau will succeed in making it a national priority in terms of action.

The question we have to consider is indeed whether broadcasting, as a manifestation of Canadian culture and sovereignty, is going to be a national priority over the next fifteen years, which are going to be crucial years for Canada as it becomes otherwise more interdependent with other nations.

It is this central question that I want to talk about principally today.

"Everything else is housekeeping."

Culture is what a country says about itself.

It is what makes a people interesting, worthy of attention by the rest of the world.

A country that has nothing to say to the world is a dull country; no story to tell, no songs to sing, no picture of itself, no stimulating ideas.

Like an individual who seems to have nothing going in his mind, no strong feelings in his heart, no memories of his past and therefore little to say to himself or to others.

Culture is how an individual or a country looks at the world by itself, and how it speaks about the world on its own. How it explains the world, how it depicts the world, how it masters the world.

Culture is how a country plays, rejoices and laughs. It is also how it expresses its dreams and hopes. How it sees and talks about its past and its future. How it talks to its children about the things that are dear to it.

Culture is what a people cares about.

The manifestations of culture may be as spontaneous as a folksong or as complex as an opera or a tragedy. And culture is energy. National energy.

Like life itself it is infinitely diverse. Like life, it constantly evolves.

It is of course the conservation and appreciation of past accomplishments -- in architecture, in literature, in music, in painting, in sculpture, and in film.

But culture is also innovation, creation; it is inspiration for the present and the future.

It is confidence.

It is a capacity for dialogue with others. It is maturity and equality.

It is independence and freedom.

It is sovereignty of the mind. It is what makes one nation equal to another, not its inferior.

At a time when there is to be more and more economic and military interdependence, and possibly more free trade, on this continent and in the world, we Canadians have to understand and appreciate one another better.

Culture is the very heart of sovereignty. There can be no political sovereignty, therefore no authority over our own lives and our own future, without cultural sovereignty.

One could hardly put it better than the Minister of Communications, the Honourable Benoit Bouchard, did in opening this Conference. "Just as retaining our territorial sovereignty is essential if we are to remain an independant nation, so it is true that we must always retain our cultural sovereignty (..). How could we call ourselves a truly sovereign nation if we were to relinquish our sovereignty - our undisputed right to act - in those areas which are the essence of a nation - it's culture and it's means of communicating with itself."

Broadcasting is not just an element or section of culture, a fraction of culture. It is the most powerful manifestation or mirror of our culture.

The power, and, therefore the responsibility of broadcasting is staggering. It has become such an important part of our lives that we sometimes take it for granted.

It has become the principal theatre, the principal disseminator of news, the principal vehicle for entertainment in this country.

It has become the national performance stage, and the national forum of information and debate.

Canadians now spend over half their leisure time watching television.

More than three hours per day for every man, woman and child in Canada.

More than 2 1/2 hours per day listening to radio.

The average Canadian, in an average lifespan, will spend a total of nine years in front of a television set.

By the time our children reach the age of 12, they will have spent about as much time watching television as they will have spent in school namely 10,000 hours. For English-speaking children, 80% of those television hours will have been spent with U.S. programs.

Broadcasting is the most powerful instrument we have to bring Canadian culture to all Canadians.

That is what public broadcasting should be. To a large extent that is what the CBC is.

That is what the CBC will be if we as a nation want it to be.

No other nation is more open to the ideas, the views, the entertainments of its neighbours than Canada.

One only has to look at our television screens, the motion picture advertisements in our newspapers, the shelves of our bookstores or our libraries; our magazines and newspaper racks; at our video shops; or listen to our radio stations, to know that Canadians are not cultural chauvinists.

Therefore, it is utter nonsense to talk about cultural protectionism where Canada is concerned. There is not even a dike, so the rest of the metaphor does not apply. In the case of broadcasting there isn't even a frontier.

Of course a "national broadcasting service", as the CBC is so aptly called by Parliament, could not exist without orchestras, theatres, dance and opera companies, without writers and filmmakers. They are - with all other

artistic activities - the heart of cultural life in a country. Moreover broadcasting needs them as industry needs what is sometimes called Research & Development.

But the power of radio and television to reach the public is incredible: one symphony concert or opera or serious play on the English and on the French television networks of the CBC can mean an audience of 1 or even 2 million Canadians, from all across the country, including isolated households and villages which never get to see such performances.

Add CBC English and French radio and there is another 3 or 4 hundred thousand.

Concert halls and theatres are of course indispensable, but it would take years to reach as many Canadians by that method. Many would never be reached because of the incredible distances of our country, and the isolation of so many people.

And let us not forget the cost of attending the theatre: One evening at the opera, for one person, is about equal to the cost of the whole of the CBC in taxes for one person, for a year.

A Canadian feature film such as *Le crime d'Ovide Plouffe* or *Charlie Grant's War* on the CBC French and English TV networks will easily reach 3 to 3 1/2 million Canadians. This is a much larger audience than most Canadian or American feature films, shown in motion picture theatres, ever attain in Canada.

The National Conference Centre in Ottawa can accomodate about 4 hundred spectators. When the CBC covers a conference of the first Ministers of Canada or the Economic Conference convened by the Prime Minister, more than a million Canadians watch the discussions for one, two or three days on CBC television in English and French. If it's a political convention or election, the audience reached goes as high as 6 million.

The Summer Games in St. John or in Chicoutimi and the enthusiasm of the people of a region shared by the entire country; the Pope in St. John's, Vancouver or Quebec City; the opening of the Calgary Performance Centre; a Gala for the Queen, for the Prime Minister of China, for the President of the U.S., for the World Conference of Parliamentarians.

These are all occasions when millions of Canadians get together to share a common experience and common emotions.

This power of broadcasting is one of the main reasons why the responsibility of the CBC is so great.

Why it must constantly strive to be an open organization. A service organization. Why it must also see itself as a service organization, not existing for itself or for the sake of its members but to put Canadian talent and ideas at the service of Canadians.

Thus broadcasting makes culture democratic. It is the most economic way to bring culture to every Canadian and not only to those who can afford it.

Now let us ask ourselves why, if the power of broadcasting is so obvious, if its democratic and national significance is so great - why do we go through those painful cultural self-examinations so often about the CBC, and about Canadian broadcasting, instead of actually taking effective action to resolve the central issues: we have had the Aird Commission in 1929, the Massey Levesque Commission in 1951, the Fowler Commission in 1957, a new broadcasting Act in 1958, the famous Troika in 1964, the 2nd Fowler Committee in 1964, a White Paper in 1966, another broadcasting Act in 1968, lots of CRTC hearings and Parliamentary Committees; Applebaum-Hebert in 1982, a Government broadcasting policy review in 1983, and now a Task Force on broadcasting.

It seems like a spiral of anxiety and hesitation. We know broadcasting is important. But we are never sure we are doing it well and we wonder whether there isn't an easier way to do it.

We sometimes have been bold in our vision and our representatives and leaders have constantly expressed ambitious objectives.

The Aird report said: "We believe that broadcasting should be considered of such importance in promoting the unity of the nation that a subsidy by the Dominion government should be regarded as an essential aid to the general advantage of Canada...". R.B. Bennett echoed this view four years later in the debate which resulted in the founding of the CRBC, the predecessor of the CBC. Bennett said that "this country must be assured of complete Canadian control of broadcasting from Canadian sources. Without such control broadcasting can never be the agency by which national consciousness may be fastened and sustained and national unity still further strengthened..."

Radical words - one almost hesitates to use them today. The Massey-Levesque Commission felt that the system recommended by Aird, "...has developed into the greatest single agency for national unity, understanding and enlightenment." The second Fowler Committee characterized the CBC as, "...the most important single instrument for the development of a distinctive Canadian identity." The CRTC, in its 1974 network licence renewal said that: "A strong CBC is vital to the health of Canadian broadcasting which has been characterized as the central nervous system of Canadian nationhood..."

Most recently the 1983 government policy paper described the CBC as, "...an essential instrument of Canadian cultural development..."

There is no shortage of brave words and they have sometimes led to bold and courageous initiatives in broadcasting like the creation of the CBC.

It is difficult to be fair and list every worthy decision concerning broadcasting over the last 50 years. Obviously there were many: perhaps one should mention the creation of a satellite system in 1971 or the introduction of a program development fund financed from a tax on cable revenue in 1983; the repatriation over control of all broadcasting and cable companies in 1968.

Of course one should also acknowledge the substantial contribution of the Canadian public to the financing of the CBC year after year.

However the pressures resulting from technology and business development in North America during these decades have been tremendous. And all that time, Canada has been trying to reconcile its honourable and ambitious stated objectives with those pressures.

The official goal was that Canada should have a Canadian broadcasting system presenting predominantly Canadian programming intended to strengthen "the cultural, political, social and economic fabric of Canada."

But in fact right from the beginning of television in 1952 we got lots of American programs even on the CBC. We got more and more private stations with very little Canadian programming outside of sports and information. We got more and more cable systems importing U.S. stations wholesale all across Canada, including all distant regions and even using satellites to reach the North. we got the authorization of satellite dishes to capture U.S. satellite channels. And until 1970 we had radio stations carrying almost no music except foreign popular music.

In English television particularly, we have, in fact, developed a system which is substantially American - three quarters American.

Only 28 per cent of all English language television available in Canada is Canadian.

In Prime Time from - 7 to 11 - only 26 per cent of all programs available on Canadian screens are Canadian.

In Vancouver or Toronto the proportion is even worse: only 20 per cent of prime time TV is Canadian.

There are more hours of American newscasts available on Canadian English television than Canadian newscasts.

There is more American religious programming on Canadian English television, than Canadian religious programming.

But let's look at the biggest problem of all! Drama.

English speaking Canadians have available more than 52,000 hours of television each year. This is an average; in the big cities like Toronto or Vancouver, the choice is even larger.

Out of this staggering 52,000 hours, about 14,500 hours are Canadian. But perhaps the most important thing is that 17,500 hours are drama and they account for 50% of what people watch on television.

But of all these hours of drama that English Canadians can watch, only 375 are Canadian drama -- about 1 1/2%. That includes everything: stories for children, for adults, situation comedies, other series, classical drama, etc.

In English, for every hour of Canadian drama on Canadian TV and cable, there are more than forty-five hours of foreign drama.

We're outnumbered forty-five to one.

We have abandoned our national stage to another society.

Yet all the principles in our legislation, in our official statements, in the conclusions of royal commission in the last 50 years emphasize opposite objectives.

I suggest it is this contradiction between our principles and our relative incapacity to live up to them that causes us to re-examine things all the time and to run around in circles.

We have had a tendency, because of the difficulty we face, to avoid the problem by reorganizing. More recently some people have been talking of another form of reorganization - reorganizing the Mandate of the CBC.

I suggest that under this motherhood concept, which has recently received some support, lies another reality: admit defeat, abdicate! We can't do it, so let's reorganize.

For instance, the 1958 and 1968 broadcasting acts basically provided for structural reorganizations, in either case, not totally unnecessary.

But the fundamental problem, as the Fowler Committee had said, was and still is programming! More specifically it is the financial cost of programming - particularly drama programming - for a small country like Canada. In direct and immediate competition with the most powerful program production country in the world.

Everything else is housekeeping, tinkering, naivete, escapism or even protectionism of vested interests.

For too long we have refused to look reality in the face.

We say one thing and we refuse to see that we are far from implementing what we say.

Indeed it is difficult for a rather small country like Canada to maintain and develop a distinct, original broadcasting service in two languages.

A service which will have its own style and personality in English and in French.

A service that will reflect the cultural diversity of Canada.

It is even more difficult if such a service is to reach a large proportion of the people and not just an intellectual minority.

A service that is not only expressed in two languages but that is rooted in all regions of this country.

Because the people of this country will definitely not identify with - and consider as really their own - a service that comes only from a few central cities of Canada, however vital they might be.

A service where all Canadians feel at home and not just a small proportion of Canadians.

A service that cares about all Canadians and all things that Canadians strongly care about.

A service that will make Canadians feel confident in their own proven creativity and secure in their sovereignty.

This is not an easy task. It is difficult in the North American context.

Sovereignty is difficult. Being yourself is difficult. Whether you're an individual or a nation.

It is not good enough to have just a first class news service, or popular, high quality current affairs programs, or slickly presented sports broadcasts.

We need stories, fiction, drama that deal with our past, our emotions, our dreams, our passions, our weaknesses, our strengths. They are a powerful means of communication not just with adults but also with children. They are one of the most effective ways to talk to the rest of the world about ourselves.

Stories help us to see behind what makes us different and help us to understand our disparities and our similarities. For our children, they explain the past, the world around them and stir the imagination for the future.

Producing enough programs like that is not easy. But it can be done.

There is a tradition of 50 years in the CBC, in private broadcasting - even more years in Canadian literature, theatre, music, of which we should be proud and which proves it can be done.

It will not be done, however, if we try to escape reality. If we look for some easy or fancy way out.

If we try to reorganize our way out of what is a fundamental difficulty.

It will not be done if decisions are the result of the pulling and pushing of the numerous vested interests who would gladly use this period of review and revision in their favour.

Everybody seems to know how the CBC should be run; how this or that should be reorganized. But nobody has come up yet with a solution to the key problem: how will Canadians see stories about themselves on the CBC and on private stations in Canada?

The solution is not in tinkering; it is not in tearing the CBC apart; it is not in depriving one region of this country to better serve another; it is not in reducing the scope of the CBC and limiting its mandate to serve a minority.

Some organizational corrections may be necessary but only if it is clear that they will bring real benefits for the public at large.

It is time to acknowledge and deal with the obvious. Time to stop inventing complicated explanations about what is wrong and looking for mirages rather than real solutions.

It is important that all those who care about public broadcasting and the national broadcasting service devote their attention and dedicate their energy to the essential and not to details of housekeeping.

Yes, of course, fairness for everyone. For every aspect of culture. For every craft. For every part of the country. For women and men. For minorities. And yet too much energy can be spent by each interested group trying to get just a little bit more at the expense of somebody else. While in fact, it is the whole institution that is in danger.

The CBC during all its years has not been without its faults. No organization can grow and reach the age of fifty without incurring some faults. Heaven knows, numerous commissions and committees have attempted to point out the CBC's shortcomings. We all know how often and how vigorously the Corporation has been jolted in the last twenty years. As Chairman of the CRTC I did my part in 1974. In fact, the CRTC's action at the time was rather friendly compared to what was to follow: In 1975 the Prime Minister said the CBC might be closed down. And throughout the years, the CBC was criticized by members of all parties whether they were in power or in opposition.

Then in 1978 the financial reductions started: In 1979, the CBC's parliamentary appropriation was held constant, thereby resulting in a resource shortfall to the Corporation of \$71 million. From 1979 to 1985-86 CBC funds were, in fact, effectively reduced by a total of about \$400 million because uncontrollable additional expenses like taxes, inflation in goods and services or the additional cost of the U.S. dollar, were not recognized and re-imbursed by the Treasury Board.

In spite of a \$400 million shortfall, or approximately \$60 million a year for seven years, the CBC redirected from within its base another \$100 million to improve its programs, increase Canadian drama and collaborate with private producers. It introduced new Canadian programs like THE JOURNAL and LE POINT. Radio services in English and French developed to a point where they are universally acclaimed. Audiences were maintained and in some cases substantially increased. Staff was also reduced by 1150 or almost 10%.

Finally, although the May 23rd Federal Budget for fiscal year 86-87 did not contain any provision specifically targeted at the CBC, it will cost the CBC about another 50 or 60 million dollars.

Some of the most aggressive critics of the CBC in the last few years have said that the CBC budget should be reduced by \$200M. They don't know how successful they have been: the reductions have in effect been double that amount!

The Task Force on Broadcasting has come at an appropriate time. But there is a real possibility with another reduction of 50 or 60M in 86-87 that the Task Force will be pre-empted and that the CBC will be severely reduced in its services before the Task Force even reports.

We have in fact reached a point where the national broadcasting Service of Canada has been grievously hurt by this accumulation of actual budget reductions over seven years.

One can reason that these reductions have made the CBC more careful in its use of public funds. Yes this must be publicly acknowledged and I have done that frequently. But it has at the same time prevented the CBC from resolving basic programming problems that should have been resolved by now.

Knocking the CBC has become a habit, a national pastime. Perhaps the CBC needed to be shaken. But institutions are like people. Indeed institutions are people. Creative institutions particularly. They cannot be corrected or improved only by punishing them.

This conference is a good occasion to express my admiration for the staff of the CBC, and all those in the arts and techniques of broadcasting, for the way they have performed for the people of this country.

In 1986, the CBC will have been broadcasting to Canadians for 50 years. This is a substantial record of public service in a country that is only 118 years old.

Our debt to those who created our broadcasting service, and had the sheer will to make it happen, is enormous. We should keep faith with those pioneers and ensure that our legacy to future generations is worthy of our roots.

What kind of consensus should we hope for as a result of the work of the Task Force?

It would be discourteous of course to by-pass the Task Force and make the detailed CBC proposals public today.

But there are some pretty basic views which I can share with you today and which I have often shared with the Board of the CBC and with my colleagues. They will, of course, inspire what we shall say to the Task Force.

Broadcasting, public broadcasting, must again, as it was in 1932 and at some other moments in the past, become a national priority. If we are to remain a sovereign country and become more competitive in the field of trade and industry we need understanding, national cohesion, confidence in our ideas and in Canadian creativity. We need support for Canadian creativity.

There must be a consensus to achieve a real Canadian broadcasting system. We must reaffirm the objectives of Canadian broadcasting and of public broadcasting. Canada's system is only 25% Canadian. We should aim at a system which is at least 50% Canadian in its programs within five years and attain this objective.

Dignity and sovereignty requires it. The present Broadcasting Act says that our system should be "predominantly Canadian"; 50% is in fact, 1% under the goal of the present legislation!

The solution is not to erect electronic curtains. No serious person advocates closing down American signals already pouring into our system.

The solution is production. We lost the spectrum by failing to expand production to match increased importation. We must address that need now. We must create, through a variety of means both public and private, ways to massively increase the production of Canadian programming.

The first and foremost step, inevitably, is to properly finance the CBC. It has less money, measured in constant dollars, than it had in 1978 - 4.4% less money. Despite the talk of "fat" which has been accepted by dint of sheer repetition, the Corporation, as I have said many times, has been gradually declining in budget for seven years, while its programming has been increasing and improving.

The CBC is still financed from year to year, like a government department. It must be financed over five-year periods, so that it can pursue development and long-term strategies. Every broadcasting review committee, and Royal Commission has said that the CBC should be financed so that its journalistic independence is better safeguarded and so that normal production planning can take place. This problem of planning has also been strongly emphasized by the Auditor General.

We must continue to stimulate the private sector. The CBC alone cannot achieve the re-Canadianization of the airwaves.

We must make it more attractive for Canadian private radio and television stations and networks to carry Canadian programming, because the economics of production defeat them too. Canadian content quotas aren't enough; these people are businessmen and have a right to be, and we must devise the means to make the production of Canadian programs profitable to them.

The CBC must be more than a one-channel television service. It cannot address the needs of the majority of the people on one channel. The British, the French and the Germans found they could not do it. The idea of a second public television channel, must be re-born. The North American environment of which we are a part will involve dozens of channels between now and the year 2000.

It is unrealistic to try to operate a national public television service on one channel. It eliminates the ability to repeat for greater audiences; it constricts cultural programming, placing it into a false conflict with sports and popular programs, it crowds out children's programming and encourages a dependence on commercials. We should think of a CBC main service, a second television service, an all-news service, etc., some of those, perhaps, in cooperation with other broadcasters, private or public.

For 50 years or so we have been at the receiving end of all kinds of U.S. broadcasting services. And we often complain that U.S. media are paying very little, if any, attention to Canada. Would it not be time to start thinking of some free flow the other way. See for instance, if a second strongly Canadian television service on satellite would not be of interest to a significant section of cable subscribers in the U.S.

We should also think of additional radio services now that satellite and cable technology provide a much less expensive distribution system for national specialized services.

We should consider increasing production by new forms of taxation. Every successful effort in the field of film production in the rest of the world has been based on such a policy. As a recent Statistics Canada report indicates, hundreds of millions of revenue and profits are made in this country through the importation of cultural goods of all kinds, most of the time by foreign companies. A new broadcasting policy should link the rate of importation to the rate of production. The revenues generated from consumption taxes should be directed to strengthening the public broadcaster and encouraging the private and independent Canadian production sector.

Those who devote their energies to the defence of the Canadian consumers should think of what programs the consumers get and not only what they pay to get American programs.

We need exciting, stimulating, distinctive television programming in English and in French, that is almost totally Canadian but which leaves room for some of the best programs from around the world and for co-productions with other countries.

But the most critical front of all in this battle is drama. The CBC, produces perhaps 70 hours of English drama a year. That's under an hour-and-a-half a week compared to over 30 hours of American popular drama in the same week. There will be 30 new episodes of Dallas this year, but we'll be able to afford only eight new episodes of SEEING THINGS. We need an hour a day of Canadian drama on the CBC English TV network, as we now have on the french network, not just over an hour a week.

In conclusion, a great step would be made if we arrived at a national consensus that culture is not a luxury.

Governments, important business firms, important organizations, powerful people want to be associated with outstanding architecture, elegant paintings, beautiful music or great opera and theatre, because they have come to genuinely appreciate the value of art, or because it means status in society. They also know that ideas and information translate into power.

Thus, there is a constant tribute paid by important people and institutions to culture.

But it must not stop there.

Culture must be seen as a fundamental aspect of society, as an element at the heart and soul of people.

We must recognize that culture is the imagination, the memory, the very essence of a nation.

It is not enough to buy culture off the shelf when we need it to decorate our lives or to entertain our visitors.

The finished piece that is bought or shown, and of which "SOCIETY" is so proud, would not exist without the day to day discrete and sometimes painful efforts of the talented people of this nation: writers, journalists, composers, actors, actresses, dancers, painters, singers and the thousands of technical artisans who now are so closely tied to creativity.

If we want the benefits, we must be part of the effort.

Finally, if culture and art and ideas are valuable for important people, organizations and institutions, they are just as important for ordinary Canadians.

More than any other instrument, broadcasting, and public broadcasting in particular, like public education, puts ideas and culture at the disposal of all Canadians.

Broadcasting is indeed a priority, an essential element of sovereignty and democracy.



La radiotélévision : un élément essentiel de la souveraineté et de la démocratie

Une allocution de Pierre Juneau
Président de la Société Radio-Canada

Le 16 octobre 1985

Colloque sur l'avenir du système canadien
de radiotélédiffusion

Conférence canadienne des arts
Ottawa

Un autre examen de la radiotélévision canadienne est actuellement en cours. Personnellement, j'estime que c'est une bonne chose. La création de ce groupe de travail prouve que la culture et la radiotélévision sont des sujets de préoccupation, et même d'inquiétude, pour notre pays. Lorsqu'il s'agit de discuter et de débattre, ces sujets constituent une priorité nationale. Espérons que messieurs Caplan et Sauvageau et leurs collègues réussiront également à en faire une priorité nationale lorsqu'il s'agira de passer aux actes.

La question qu'il faut nous poser est de savoir si la radiotélévision, en tant que manifestation de la culture et de la souveraineté du Canada, recevra une priorité nationale au cours des quinze prochaines années. Cette période revêtira une importance cruciale pour le Canada, dont les relations d'interdépendance avec les autres pays ne cesseront de s'accroître.

Comme le disait très bien le ministre des Communications, l'honorable Benoît Bouchard, à l'ouverture du colloque: "Il est essentiel de préserver notre souveraineté territoriale si nous voulons demeurer un pays indépendant. Mais il est tout aussi vrai que nous devons toujours sauvegarder notre souveraineté culturelle... Comment pourrions-nous prétendre être un pays réellement souverain si nous abandonnons notre souveraineté - notre droit

incontesté d'agir - dans les secteurs qui sont l'essence d'un pays - sa culture et ses outils de communication."

C'est principalement de cette question que je souhaite vous entretenir aujourd'hui. Elle est fondamentale.

"Tout le reste est secondaire." Comme l'avait dit une célèbre commission d'enquête sur la radiodiffusion.

La culture, c'est ce qu'un pays dit de lui-même.

C'est ce qui rend un peuple intéressant, digne de l'attention du reste du monde.

Un pays qui n'a rien à dire au monde, qui n'a pas d'histoires à raconter ni de chansons à chanter, pas d'image de lui-même, ni d'idées stimulantes, est un pays morne.

Tout comme une personne qui a l'air d'avoir l'esprit vide, de n'éprouver aucune grande conviction ou de ne se rappeler d'aucun souvenir de son passé et, donc, de ne pas avoir grand-chose à dire.

La culture, c'est la façon dont une personne ou un pays voit le monde, la façon dont il en parle. C'est la façon dont il explique le monde, le décrit, le maîtrise.

La culture, c'est la façon dont un pays s'amuse, se divertit et rit. C'est également la façon dont il exprime ses rêves et ses espoirs. La façon dont il voit son passé et son avenir, et dont il en parle. C'est la façon dont il parle à ses enfants de choses qui lui sont chères.

La culture, c'est ce qu'un peuple a vraiment à coeur.

La culture peut se manifester de manière très spontanée, par exemple par une chanson populaire, ou complexe par un ballet ou une tragédie. La culture, c'est l'énergie. L'énergie d'un pays.

Comme la vie, elle est infiniment variée. Elle ne cesse d'évoluer.

C'est évidemment la conservation et l'appréciation des réalisations passées, dans l'architecture, la littérature, la musique, la peinture, la sculpture et le cinéma.

Mais c'est également l'innovation, la création; c'est l'inspiration pour le présent et l'avenir.

C'est la confiance.

C'est l'aptitude à dialoguer avec les autres. La maturité et l'égalité.

C'est l'indépendance et la liberté.

C'est la souveraineté de l'esprit. C'est ce qui fait d'une nation l'égale de l'autre, et non pas son inférieure.

A une époque où l'on doit s'attendre à une interdépendance économique de plus en plus grande, sans doute à une libéralisation des échanges, à une interdépendance militaire de plus en plus forte, sur ce continent et dans le monde, les Canadiens, qu'ils soient de langue française ou de langue anglaise, doivent absolument se connaître, se comprendre et s'apprécier davantage les uns les autres.

La culture est au coeur même de la souveraineté. Nous ne saurions avoir de souveraineté politique, et donc d'autorité sur nos propres vies et sur notre propre avenir, sans souveraineté culturelle.

La radiotélévision n'est pas juste un élément ou une branche, une fraction de la culture. C'est la manifestation la plus puissante, le miroir de notre culture.

Le pouvoir, et donc la responsabilité de la radiotélévision, est prodigieux. Elle a pris tant de place dans nos vies que nous la tenons pour acquise.

Elle est devenue le principal théâtre, le principal propagateur de nouvelles, le principal mode de divertissement de notre pays.

Elle est devenue une vraie scène de spectacle nationale, un forum national en matière d'information et de débats.

Les Canadiens consacrent actuellement plus de la moitié de leurs heures de loisirs à la télévision.

Plus de trois heures par jour, pour chaque homme, femme ou enfant au Canada.

Plus de 2 heures et demie par jour à écouter la radio.

Le Canadien moyen, au cours de sa vie, passera au total neuf années devant son petit écran.

Lorsqu'ils atteignent l'âge de 12 ans, les enfants anglophones ont passé autant de temps à regarder la télévision qu'assis sur les bancs de l'école. Et 80 pour cent de ce temps est occupé par des émissions américaines.

La radiotélévision est l'instrument le plus puissant dont nous disposons pour mettre l'ensemble de la culture canadienne à la portée de tous.

Voilà ce que devrait être la radiotélévision publique. Et c'est, dans une large mesure, ce qu'est Radio-Canada.

Voilà ce que sera Radio-Canada si nous tous, en tant que peuple, voulons qu'il en soit ainsi.

Il n'existe aucun autre pays qui soit davantage ouvert aux idées, aux opinions, aux divertissements de ses voisins, que le Canada.

Il suffit de regarder nos écrans de télévision, les annonces de cinéma dans nos journaux, les rayons de nos librairies ou bibliothèques, nos présentoirs de magazines et de journaux, nos boutiques vidéo, ou d'écouter nos stations de radio, pour se rendre compte que les Canadiens ne font pas preuve de chauvinisme culturel.

C'est pourquoi, parler de protectionnisme culturel au Canada n'est que radottage. Dans le cas de la radiotélévision, il n'existe même pas de frontière.

Bien sûr, un "service de radiodiffusion national", comme le Parlement qualifie si justement Radio-Canada, ne pourrait exister s'il n'y avait ni orchestres, ni théâtres, ni opéras, ni troupes de danse, ni écrivains ou cinéastes. Ce sont là - avec bien d'autres activités artistiques - le coeur de la vie culturelle d'un pays. Radio-Canada a besoin de ces manifestations culturelles au même titre que l'industrie a besoin de ce que l'on appelle généralement la recherche et le développement.

Mais le pouvoir qu'ont la radio et la télévision d'atteindre le public est incroyable: que la télévision française et la télévision anglaise de Radio-Canada diffusent un concert symphonique, un opéra ou une pièce de théâtre, et voilà un auditoire de 1 ou même 2 millions de Canadiens de partout au pays, y compris des foyers et villages isolés où l'on n'a jamais eu l'occasion de voir de tels spectacles.

Rajoutez à cela la radio française et anglaise de Radio-Canada, et vous obtenez 3 ou 4 centaines de milliers de personnes de plus.

Les salles de concerts et les théâtres sont évidemment indispensables, mais il leur faudrait des années pour atteindre autant de monde. Et bien des Canadiens ne verraient jamais de spectacles, ne serait-ce qu'en raison des distances énormes qui séparent notre pays, et de l'isolement de tant de gens.

Et il ne faut pas négliger non plus le prix du billet d'entrée. Le coût d'une place à l'opéra représente à peu près ce qu'une personne paie par an, en impôts, pour l'ensemble des services de Radio-Canada.

Un long métrage canadien, comme LE CRIME D'OVIDE PLOUFFE ou CHARLIE GRANT'S WAR, atteint facilement de 3 à 3 millions et demi de Canadiens aux réseaux de télévision français et anglais de Radio-Canada. Or, un long métrage, qu'il soit canadien ou américain, obtient rarement, sinon jamais, un auditoire aussi vaste dans les salles de cinéma du Canada.

Le Centre national de conférences à Ottawa peut recevoir environ 400 personnes. Lorsque Radio-Canada couvre une conférence des premiers ministres du Canada ou la Conférence économique convoquée par le Premier ministre, plus d'un million de Canadiens suivent les débats durant un, deux ou trois jours à la télévision française et anglaise de Radio-Canada. Et lorsqu'il s'agit d'un congrès politique ou d'élections, ce chiffre peut évidemment grimper jusqu'à 6 millions.

Les Jeux d'été de Saint-Jean ou de Chicoutimi; l'enthousiasme des gens d'une région partagé par tout le pays. Le pape à Saint-Jean-de-Terre-Neuve ou à Québec. L'ouverture du Performance Center à Calgary. Un gala offert en l'honneur de la reine, du premier ministre de Chine, du président des États-Unis, de la Conférence de l'union interparlementaire.

Ce sont autant d'occasions où des millions de Canadiens sont réunis pour partager une expérience et des émotions communes.

C'est surtout à cause de ce pouvoir de la radiotélédiffusion que la responsabilité de la Société Radio-Canada a une telle importance.

C'est pour cela qu'elle doit s'efforcer sans cesse d'être un organisme ouvert. Un organisme de service. Pour cela qu'elle doit également se percevoir comme un organisme de service, qui n'existe pas simplement pour lui-même ou pour ses membres, mais pour mettre le talent et les idées des Canadiens au service des Canadiens.

Ainsi la radiotélévision permet de démocratiser la culture. C'est la façon la plus économique de mettre la culture à la portée de tous les Canadiens et non pas seulement de ceux qui en ont les moyens.

Mais alors, si le pouvoir de la radiotélévision est aussi évident, si sa signification démocratique et nationale est aussi grande, pourquoi nous soumettons-nous aussi souvent à ces pénibles remises en question à propos de Radio-Canada et de la radiotélévision canadienne en général, au lieu de prendre des mesures efficaces? La Commission Aird en 1929, la Commission Massey-Lévesque en 1951, la Commission Fowler en 1957, une nouvelle loi sur la radiodiffusion en 1958, la fameuse Troïka en 1964, la deuxième Commission Fowler en 1964, un Livre blanc en 1966, et encore une loi sur la radioffusion en 1968, de nombreuses audiences du CRTC et de multiples comités parlementaires, Applebaum-Hébert en 1982, la révision de la politique de radiodiffusion du gouvernement en 1983 et, maintenant, un Groupe de travail sur la radiodiffusion.

Nous avons l'air de nous laisser balloter par nos angoisses et nos hésitations. Nous savons que la radiotélédiffusion est importante. Mais nous ne sommes jamais sûrs de faire les choses comme il faut. Nous nous demandons s'il n'y aurait pas une façon plus facile d'y arriver.

Nous avons parfois fait preuve d'audace dans nos idées, et nos représentants et nos dirigeants n'ont cessé d'exprimer des objectifs courageux et ambitieux.

Dans son rapport, la Commission Aird déclarait: "Nous croyons qu'il faudrait reconnaître l'importance de la radiodiffusion dans la promotion de l'unité de la nation, au point de considérer l'octroi d'une subvention du

gouvernement comme une aide essentielle dont l'ensemble du Canada pourrait profiter...". R.B. Bennett reprenait cette idée, quatre ans plus tard, dans un débat qui devait résulter dans la fondation de la Commission canadienne de la radiodiffusion, prédécesseur de Radio-Canada. Bennett disait alors que "ce pays doit avoir le contrôle total de la radiodiffusion de sources canadiennes. Sans un tel contrôle la radiodiffusion ne pourra jamais être cette agence mettant en valeur et maintenant la conscience nationale, et renforçant l'unité nationale...".

Ce sont là des paroles radicales que l'on hésite presque à citer aujourd'hui. La Commission Massey-Lévesque estimait que le système recommandé par Aird "...était devenu le plus grand facteur d'unité, de compréhension et d'éducation nationales." La deuxième Commission Fowler décrivait Radio-Canada comme "... un instrument d'une importance unique que nous possédons pour le développement et le maintien de l'unité au Canada." Le CRTC, en décidant de renouveler les permis de réseau, en 1974, affirmait que: "Il est essentiel pour la santé du système de radiodiffusion au Canada que la Société Radio-Canada soit vigoureuse. Certains ont défini la radiodiffusion comme le système nerveux du pays...".

Plus récemment, dans son énoncé de politique de 1983, le gouvernement décrivait Radio-Canada, comme "...un outil essentiel du développement culturel canadien...".

Les bonnes paroles ne manquent pas, et elles ont parfois abouti à des mesures audacieuses et courageuses, la création de Radio-Canada notamment.

Il n'est pas facile d'être équitable et de dresser la liste de toutes les décisions méritoires qui ont été prises à propos de la radiotélévision au cours des 50 dernières années. Elles sont bien sûr très nombreuses, mais il y a peut-être lieu de faire ressortir la création d'un système de satellite en 1971, ou du Fonds de développement des émissions financé au moyen d'un impôt sur les recettes des câblodistributeurs en 1983, ou encore le rapatriement de tous les diffuseurs et câblodistributeurs en 1968.

Et il faut, bien sûr, souligner l'importante contribution de tout le public canadien au financement de Radio-Canada, année après année.

Cependant, les pressions que la technologie et l'expansion commerciale ont exercées au cours de ces dernières décennies, en Amérique du Nord, sont énormes. Et pendant tout ce temps-là, le Canada n'a cessé de s'efforcer de concilier ses objectifs officiels, honorables et ambitieux, avec ces pressions.

Officiellement, le Canada devait se doter d'un système de radiodiffusion canadien qui présenterait des émissions principalement canadiennes destinées "à raffermir la structure culturelle, politique, sociale et économique du Canada".

Par contre, on a pu voir quantité d'émissions américaines, même à l'antenne de Radio-Canada, et ce dès les débuts de la télévision en 1952; on a eu de plus en plus de stations privées presque totalement dépourvues d'émissions canadiennes, à part les sports et l'information; de plus en plus de cablôdistributeurs qui importaient des signaux américains en gros, dans toutes les régions du Canada, y compris les plus éloignées et même, à l'aide de satellites, dans le Grand Nord; on a autorisé l'utilisation des antennes paraboliques pour capter les canaux des satellites américains et, jusqu'en 1970, on a pu entendre des stations de radio qui ne diffusaient pratiquement que de la musique populaire étrangère.

A la télévision anglaise, surtout, nous en sommes peu à peu arrivés à un système principalement américain: aux trois quarts américain.

-- Sur l'ensemble des émissions de télévision de langue anglaise disponibles au Canada, 28 pour cent seulement sont canadiennes.

-- Aux heures de grande écoute, de 19 h à 23 h, seulement 26 pour cent des émissions présentées aux écrans canadiens sont canadiennes.

A Vancouver et Toronto, les proportions sont encore pires: seulement 20 pour cent des émissions de grande écoute sont canadiennes.

Au Canada, la télévision anglaise offre davantage d'heures de bulletins d'information américains que de bulletins canadiens.

Elle diffuse davantage d'émissions religieuses américaines que canadiennes.

Mais voyons le problème le plus grave de tous: les dramatiques.

Les Canadiens anglophones ont accès à plus de 52 000 heures de télévision chaque année. Et c'est une moyenne; dans les grandes villes, comme Toronto ou Vancouver, le choix est encore plus vaste.

Sur ce total impressionnant de 52 000 heures, environ 14 500 sont canadiennes. Mais ce qu'il faut surtout savoir, c'est que 17 500 heures sont des dramatiques, et que ce genre de programmation représente 50 pour cent de ce que les gens regardent à la télévision.

Or dans toutes ces heures de dramatiques offertes aux Canadiens anglais, il n'y a que 375 heures de dramatiques canadiennes - soit environ 1,5 pour cent. Et ce chiffre comprend tout: les histoires pour enfants et pour adultes, les comédies légères, les autres séries, les dramatiques classiques, etc.

A la télévision anglaise, pour chaque heure de dramatique canadienne que présentent les télévisions et câblodistributeurs du pays, on compte plus de quarante-cinq heures de dramatiques étrangères.

Nous sommes surpassés à raison de quarante-cinq contre un.

Nous avons abandonné notre scène nationale à une autre société.

Et pourtant tous les principes qui sous-tendent notre législation, nos déclarations officielles, les conclusions des commissions d'enquête des cinquante dernières années réitèrent des objectifs tout à fait contraires.

J'estime que c'est cette contradiction entre nos principes et notre incapacité relative à les mettre en pratique qui nous pousse sans cesse à remettre les choses en question et à tourner en rond.

Nous avons eu tendance, à cause des difficultés auxquelles nous faisons face, à contourner le problème par la réorganisation - plus récemment, d'aucuns ont parlé d'une autre forme de réorganisation - la réorganisation du mandat de Radio-Canada.

Or, à mon sens, sous ce concept passe-partout qui a séduit bien des gens récemment, se cache une autre réalité: acceptons la défaite, abdiqons! Nous n'y arrivons pas, alors réorganisons!

Ainsi, les lois sur la radiodiffusion de 1958 et 1968 prévoyaient réellement de profondes réorganisations. Dans les deux cas, elles n'étaient évidemment pas inutiles.

Mais comme la Commission Fowler le disait, c'est la programmation qui constituait et constitue toujours notre problème fondamental. C'est, pour être plus précis, le coût financier de la programmation, et particulièrement des dramatiques, pour un marché aussi petit que le Canada, en concurrence directe et immédiate avec le producteur d'émissions le plus puissant au monde.

Tout le reste n'est que problème interne, rafistolage, naïveté, évasion de la réalité ou même protection d'intérêts.

Nous avons trop longtemps refusé de voir la réalité en face.

Nous faisons des déclarations et nous refusons d'admettre que nous sommes très loin de mettre nos paroles en pratique.

Il est en effet extrêmement difficile pour un pays relativement peu peuplé comme le Canada d'entretenir et de développer un service de radiotélévision original et distinctif, dans les deux langues.

Un service qui ait son style et sa personnalité en français et en anglais.

Un service qui soit le miroir de la diversité culturelle du Canada.

Et les choses se compliquent encore davantage lorsqu'un tel service doit être mis à la portée d'une grande partie de la population plutôt que d'une minorité d'intellectuels.

Un service qui doit non seulement s'exprimer dans deux langues, mais qui a des racines dans toutes les régions du pays.

Car les gens de notre pays n'accepteront assurément pas de s'identifier à un service qui ne proviendrait que de quelques grandes villes du Canada, quelle que soit leur importance. Ils ne sauraient considérer un tel service comme le leur.

Un service dans lequel tous les Canadiens, et non pas seulement une petite proportion d'entre eux, doivent se reconnaître.

Un service qui se soucie de tous les Canadiens et de tout ce qui préoccupe fortement les Canadiens.

Un service qui prouvera aux Canadiens qu'ils peuvent croire en leur propre créativité et en leur souveraineté.

La tâche n'est pas aisée. Le contexte nord-américain rend les choses extrêmement difficiles.

La souveraineté est difficile à assumer. Il est difficile d'être soi-même. Que l'on soit une personne ou un peuple.

Il ne suffit pas d'avoir un service de nouvelles de premier ordre, ou de bonnes émissions d'affaires publiques qui plaisent, ou encore des bulletins d'informations sportives bien tournés.

Nous avons besoin d'histoires, d'oeuvres de fiction, de dramatiques qui parlent de notre passé, de nos émotions, de nos rêves, de nos passions, de nos forces et de nos faiblesses. Ce sont de puissants moyens de communication, non seulement pour les adultes, mais également pour les enfants. La meilleure façon de parler de nous au reste du monde.

Histoires, romans, drames, autant de moyens qui nous aident à voir au-delà des apparences qui nous rendent différents, et à comprendre nos disparités et nos similitudes. Pour nos enfants, elles expliquent le passé, le monde qui les entoure et stimulent l'imagination pour l'avenir.

Produire suffisamment d'émissions de ce genre n'est pas facile, mais c'est faisable.

Nous avons une tradition qui remonte à 50 années, tant à Radio-Canada qu'en radiodiffusion privée - et davantage encore en littérature, en musique, en théâtre canadiens. Nous pouvons en être fiers; elle démontre notre capacité de réussir.

Par contre, nous courons à l'échec si nous essayons de fuir la réalité. Si nous cherchons des échappatoires faciles.

Si nous cherchons à régler superficiellement, par des réorganisations, ce qui constitue une difficulté fondamentale.

Nous ne réussirons pas si nos décisions sont les résultats de tiraillements d'un grand nombre d'intérêts qui seraient ravis de profiter de cette période d'étude et de révision pour faire tourner les choses à leur avantage.

Tout le monde a l'air de savoir comment il faudrait gérer Radio-Canada; comment il faudrait réorganiser ceci, ou cela. Mais personne n'a encore

proposé de solution au vrai problème: comment faire pour que les Canadiens voient à la télévision des histoires qui parlent d'eux-même, tant à Radio-Canada qu'aux stations privées du pays?

La solution, ce n'est pas de rafistoler; ce n'est pas de démanteler Radio-Canada; ce n'est pas de sacrifier une région de notre pays afin de mieux en servir une autre; ce n'est pas de réduire l'envergure de Radio-Canada ou de limiter son mandat afin de desservir une minorité.

Certains changements organisationnels pourraient s'avérer nécessaires, mais seulement s'il est bien clair que le public en général en retirera de vrais avantages.

Il est temps de reconnaître ce qui est évident et d'agir, d'arrêter d'inventer des explications compliquées sur ce qui va mal et de rechercher des mirages plutôt que des solutions concrètes.

Il est important que tous ceux et celles qui se soucient de la radiotélévision publique, et du service national, portent toute leur attention et consacrent toute leur énergie au fond du problème, plutôt que de s'attarder aux détails.

Oui, bien sûr, il faut accorder un traitement équitable à tous. A tous les aspects de la culture. A toutes les expressions artistiques. A toutes les régions du pays. Aux femmes et aux hommes. Aux minorités. Mais on peut craindre que chacun de ces groupes concernés ne dépense trop d'énergie pour tenter d'en recevoir un peu plus, aux dépens de certains autres. Alors qu'en fait c'est l'organisme tout entier qui est menacé.

Certes, Radio-Canada ne peut s'enorgueillir de n'avoir jamais commis de fautes au cours de toutes ces années. Nul organisme ne peut s'épanouir et atteindre l'âge de cinquante ans sans faire d'erreurs. Dieu sait combien de comités et de commissions se sont chargés de signaler ses lacunes. Nous savons tous combien de fois et avec quelle force la Société s'est fait bousculer au cours des vingt dernières années. En qualité de président du

CRTC, j'ai fait ma part en 1974. Mais je dois dire que le CRTC s'était montré plutôt amical à l'époque, en comparaison de ce qui devait suivre. En 1975, le Premier ministre a déclaré que l'on pourrait fermer purement et simplement la Société. Et durant toutes ces années, les membres de tous les partis, aussi bien celui au pouvoir que l'opposition, ont critiqué Radio-Canada.

En 1978, les restrictions financières ont commencé: en 1979, les crédits versés à Radio-Canada par le Parlement n'ont pas été augmentés, ce qui a entraîné un manque de 71 millions de dollars pour la Société. Entre 1979 et 1985-1986, les fonds de Radio-Canada ont, de fait, diminué de quelque 400 millions de dollars au total parce que le Conseil du Trésor n'a pas reconnu ni compensé des dépenses supplémentaires incontrôlables comme les taxes ou l'inflation des biens et services, ou encore la montée du dollar américain.

Et, malgré ce manque de 400 millions de dollars, soit environ 60 millions par année durant sept ans, la Société Radio-Canada a réorienté 100 autres millions de son assiette budgétaire afin d'améliorer ses émissions, d'augmenter les dramatiques canadiennes et de collaborer avec les producteurs privés. Elle a lancé de nouvelles émissions canadiennes comme LE POINT et THE JOURNAL. Les services de radio, français et anglais, se sont développés au point de jouir d'une réputation internationale. La Société a maintenu et même, dans certains cas, élargi considérablement ses auditoires. Son effectif a été réduit de 1 150 postes, soit de presque 10 pour cent.

Enfin, bien que le budget fédéral de 1986-1987 annoncé le 23 mai dernier ne contienne pas de disposition visant spécifiquement Radio-Canada, il lui en coûtera encore environ 50 ou 60 millions de dollars.

Les critiques les plus virulents de Radio-Canada ont affirmé, dans les dernières années, qu'il faudrait réduire le budget de Radio-Canada de 200 millions de dollars. Ils ne savent pas à quel point leurs vœux ont été exaucés. Les réductions ont en fait atteint le double.

La création du Groupe de travail sur la radiodiffusion tombe à point. Mais il se pourrait bien, qu'à cause de ce nouveau déficit de 50 ou 60 millions en 1986-1987, le Groupe de travail soit pris de vitesse, et que la Société doive amputer certains de ses services avant même que le Groupe ne produise son rapport.

Nous avons atteint un stade où le service de radiodiffusion national du Canada souffre grandement de cette accumulation de compressions budgétaires qui dure depuis sept ans.

On peut avancer que ces compressions ont forcé Radio-Canada à utiliser les deniers publics avec plus de rigueur. Oui, il faut le reconnaître publiquement, et je l'ai souvent fait. Mais elles l'ont également empêchée de résoudre certains problèmes de programmation de base qui devraient déjà être réglés.

Dénoncer la Société Radio-Canada est devenu une habitude, un passe-temps national. Radio-Canada avait peut-être besoin d'être secouée. Mais les institutions sont comme les gens. D'ailleurs, ce sont des gens. Particulièrement lorsqu'il s'agit d'institutions créatrices. On ne peut les corriger ou les améliorer en se contentant de les punir.

Ce colloque constitue une bonne occasion de dire combien j'admire la façon dont le personnel de Radio-Canada et tous ceux et celles qui évoluent dans le monde des arts et des techniques de diffusion ont desservi la population de notre pays.

En 1986, cela fera 50 années que Radio-Canada diffuse ses émissions aux Canadiens. C'est un acquis tout à fait honorable pour un service public d'un pays vieux d'à peine 118 ans.

Notre dette envers les hommes et les femmes qui ont créé notre service de radiodiffusion, et qui ont eu la volonté de le faire, est énorme. Nous devrions garder foi en ces pionniers et nous assurer que ce que nous léguerons aux générations futures sera digne de nos racines.

Quel genre de consensus devons-nous espérer obtenir du Groupe de travail?

Il serait discourtois, bien sûr, de court-circuiter le Groupe de travail et de rendre public aujourd'hui les propositions détaillées de Radio-Canada.

Mais il y a quelques points de vue fondamentaux que je peux partager avec vous aujourd'hui, et dont j'ai souvent fait part au Conseil d'administration de Radio-Canada et à mes collègues. Ils inspireront sans aucun doute ce que nous dirons au Groupe de travail.

La radiotélévision, la radiotélévision publique, doit de nouveau, comme c'était le cas en 1932 et à divers autres moments de notre passé, être une priorité nationale. Si nous voulons sauvegarder la souveraineté de notre pays et être plus compétitifs sur le marché et dans l'industrie, nous devons pouvoir compter sur la compréhension, la cohésion nationale, la confiance dans nos idées et dans la créativité canadienne. Nous devons favoriser la créativité canadienne.

Nous devons former un consensus pour réaliser un système de radiotélévision réellement canadien. Nous devons réaffirmer les objectifs du système et de la radiotélévision publique. En ce moment ce système, dans l'ensemble, n'est canadien qu'à 25 pour cent dans sa programmation. Nous devrions viser au moins 50 pour cent dans les cinq prochaines années, et atteindre cet objectif.

Notre dignité et notre souveraineté l'exigent. La Loi sur la radiodiffusion actuelle stipule que notre système devrait être "principalement canadien"; avec 50 pour cent, nous sommes donc encore, en fait, 1 pour cent en dessous du but visé par la présente législation.

La solution n'est pas d'ériger des barrières électroniques. Nul ne peut sérieusement préconiser la suppression des signaux américains qui déferlent déjà dans notre système.

La solution, c'est de produire. Nous avons perdu la maîtrise des ondes parce que nous n'avons pas réussi à augmenter notre production pour rivaliser avec les importations accrues. Nous devons nous rattraper dès maintenant. Nous devons trouver, avec l'aide des secteurs public et privé, les moyens d'augmenter massivement la production des émissions canadiennes.

D'abord et avant tout, il faut absolument financer convenablement la Société Radio-Canada. Elle dispose de moins d'argent, en dollars constants, qu'en 1978 - 4,4 pour cent de moins. Et n'en déplaise à tous ceux et celles qui ont parlé de "superflu", et que tout le monde a fini par croire à force de les entendre, la Société, comme je l'ai dit si souvent, a vu son budget rétrécir progressivement au cours des huit dernières années, alors que sa programmation a augmenté et s'est améliorée.

Radio-Canada est toujours financée d'année en année, comme un ministère. Il conviendrait de lui accorder des budgets de cinq ans, afin qu'elle puisse prévoir des stratégies de développement à long terme. Tous les comités qui se sont penchés sur la radiotélévision, de même que les commissions d'enquête, ont affirmé que Radio-Canada devrait être financée de manière à mieux préserver son indépendance journalistique et à lui donner la possibilité de bien planifier sa production. Le Vérificateur général a lui-même fortement souligné ce problème de planification.

Nous devons continuer à stimuler le secteur privé. Radio-Canada ne peut réussir toute seule à recanadianiser les ondes.

Nous devons faire en sorte que la distribution des émissions canadiennes intéresse davantage les stations et réseaux canadiens privés, car eux aussi sont effrayés par les coûts de production. Il ne suffit pas d'imposer des pourcentages de contenu canadien; ces gens-là sont des gens d'affaires, et ils ont le droit de l'être. Nous devrions donc trouver des moyens pour que la production d'émissions canadiennes soit rentable pour eux.

Radio-Canada ne doit pas se contenter d'une seule chaîne de télévision. Elle ne peut répondre aux besoins de la majorité des gens en leur offrant

une chaîne unique. Les Britanniques, les Français et les Allemands se sont rendu compte que ce n'était pas possible. Il faut relancer l'idée d'une deuxième chaîne publique de télévision. Le panorama américain dont nous faisons partie offrira des douzaines de chaînes d'ici l'an 2 000.

Il est irréaliste d'essayer d'exploiter un service public national de télévision avec une seule chaîne. On élimine ainsi la possibilité de rediffuser certaines émissions pour des auditoires élargis; on restreint la programmation culturelle en la mettant en faux conflit avec les sports et les émissions populaires; on étouffe la programmation des jeunes et on encourage la dépendance à l'égard des publicités. Nous devrions envisager un service principal de Radio-Canada, un deuxième service de télévision, un service entièrement consacré à l'information, etc. Certains pourraient d'ailleurs, peut-être, être exploités en collaboration avec d'autres diffuseurs, privés ou publics.

Depuis une cinquantaine d'années, nous récupérons toutes sortes de services de diffusion américains. Et nous déplorons souvent le fait que les médias des États-Unis ne prêtent pour ainsi dire aucune attention au Canada. Ne serait-il pas temps de chercher à inverser le courant? Ne pourrait-on, par exemple, attirer un nombre significatif d'Américains abonnés au câble avec un deuxième service de télévision vraiment canadien diffusé par satellite?

Nous devrions également envisager d'autres services de radio, maintenant que la technologie du satellite et du câble nous donne les moyens de distribuer des services nationaux spécialisés à moindre coût.

Nous devrions envisager la possibilité d'augmenter la production par le biais de nouvelles formes de taxes. Tous les efforts qui ont porté leurs fruits dans le domaine de la production cinématographique ailleurs dans le monde ont été basés sur une telle politique. Comme le révélait un récent rapport de Statistique Canada, des centaines de millions de recettes et de profits sont réalisés dans notre pays grâce à l'importation de biens culturels de toutes sortes, la plupart du temps par des sociétés étrangères. Une nouvelle politique de radiotélédiffusion devrait faire un lien entre le

taux d'importation et le taux de production. Les recettes tirées des taxes à la consommation devraient servir à renforcer la radiotélévision publique et à encourager le secteur privé canadien de la production.

Ceux qui consacrent leur énergie à défendre le consommateur canadien devraient penser au genre d'émissions qu'on met à sa disposition, et non pas seulement à ce qu'il paie pour recevoir des émissions américaines.

En français comme en anglais, il nous faut une programmation télévisuelle intéressante, stimulante, originale, presque totalement canadienne, mais qui laisse également de la place pour les meilleures émissions du monde entier et pour les coproductions avec d'autres pays.

Ce sont les dramatiques qui constituent l'enjeu le plus critique dans ce combat. Radio-Canada produit environ 70 heures de dramatiques anglaises par année. Ceci représente moins d'une heure et demie par semaine, alors qu'il y a plus de 30 heures de dramatiques populaires américaines au cours de la même semaine. Les Américains produiront 30 nouveaux épisodes de DALLAS cette année; par contre nous ne pourrions nous permettre que huit nouveaux épisodes de SEEING THINGS. Le réseau de télévision anglais de Radio-Canada doit pouvoir offrir une heure de dramatique canadienne par jour, comme le fait le réseau français, et non pas à peine plus d'une heure par semaine.

En conclusion, j'aimerais dire que nous ferions un grand pas en avant si nous pouvions reconnaître à l'unanimité que la culture n'est pas un luxe.

Les gouvernements, les entreprises importantes, les organismes puissants, les gens d'affaires souhaitent souvent s'associer à une architecture de classe, à d'élégantes peintures, à de la belle musique ou à de grands opéras ou pièces de théâtre, parce qu'ils apprécient vraiment la valeur de l'art, ou pour des raisons de prestige. Il savent également que dans les idées et la connaissance, réside le pouvoir.

Les institutions et les gens importants rendent donc constamment hommage à la culture.

Mais il ne faut pas nous arrêter là.

Nous devons voir dans la culture un aspect fondamental de la société, un reflet du coeur et de l'âme d'un peuple.

Nous devons reconnaître que dans la culture, il y a l'imagination, la mémoire, l'essence même d'un peuple.

Il ne suffit pas d'acheter la culture toute faite lorsque nous en avons besoin pour agrémenter nos vies ou pour divertir nos invités étrangers.

Le produit fini que l'on achète ou que l'on exhibe, et dont la "société" est si fière n'existerait pas sans les efforts quotidiens discrets, et parfois pénibles, des gens de talent de notre pays: les auteurs, les journalistes, les compositeurs, les acteurs, les danseurs, les peintres, les chanteurs et les milliers d'artisans techniques qui participent désormais de si près à la créativité.

Si nous voulons profiter des avantages, nous devons également participer aux efforts.

Finalement, si la culture, l'art et les idées ont une valeur pour les gens importants, les institutions importantes et les organismes importants, ils en ont également pour les gens ordinaires.

Plus que tout autre instrument, la radiotélévision, et la radiotélévision publique en particulier, tout comme l'instruction publique, mettent les idées et la culture à la disposition de tous les Canadiens.

La radiotélévision est donc vraiment une priorité, un élément essentiel de la souveraineté et de la démocratie.



CBC: A National Priority

An address by Pierre Juneau
President of the CBC

November 6, 1985

Chamber of Commerce
Sainte-Foy, Quebec

I wish to thank the Ste-Foy Chamber of Commerce for its invitation and the interest it has expressed in the CBC and the issue of broadcasting in Canada. This interest is also shared by various agencies and institutions in the capital city area, notably the Quebec City Chamber of Commerce and Laval University.

A discussion of broadcasting in 1985 raises many questions.

For instance, is broadcasting really to be for all Canadians - whether French-speaking or English-speaking, rich or poor, humble or powerful - an instrument of culture, a source of ideas and democratic vitality, a wellspring of freedom and national dignity? Or is it to be what it has already in large part become, for both English Canada and French Canada, the purveyor of foreign products often made up of frivolity and violence?

If, as all the Royal Commissions have said, and as the present law says, broadcasting is essential to the development and survival of our country, we must make it a national priority and stop deluding ourselves with the fine words of our speeches and our legislation.

It is very likely that during the coming period our economic and technological interdependence with the U.S. and the rest of the world will increase.

In such a context, it is the quality of our imagination, the vigour and independence of our ideas and attitudes, and the coherence of our society that will determine our economic success and our national independence.

Nothing inspired the fervour of Quebecers more during the '50s and '60s than did culture, education and certain religious and social movements. And in all these areas, it was always recognized that the CBC had a primary role to play.

A person's culture is what makes his or her personality. It is not necessarily the writers that the person can quote or the museums he or she has visited. But it is that person's presence as an individual among his or her fellow creatures. It is what a person has to

communicate, to transmit to friends and family. Culture - and with T.S. Eliot we might add religion - is what distinguishes people from one another. It means that an individual is not simply a particle in an undifferentiated mass.

Similarly, culture is what makes a country's personality. What distinguishes it from the others. What makes its contribution to the dialogue of the universe. Especially if its presence does not depend chiefly on military force or economic power.

It is also a factor of understanding, confidence, enthusiasm and creativity, which echoes through all areas of activity.

And it is interesting to note nowadays in Quebec, after the cultural and political fervour of the past three decades, the appearance of creativity and energy in business and industry.

If we want to talk about sovereignty, culture is the very condition of sovereignty.

If we rely on the American media for our ideas and our thinking, then it is our sovereignty itself which is threatened, and not just our cultural sovereignty.

As the acting Minister of Communications, the Honourable Benoît Bouchard, quite rightly said at the opening of the Canadian Conference of the Arts: "How could we call ourselves a truly sovereign nation if we were to relinquish our sovereignty - our undisputed right to act - in those areas which are the essence of a nation - its culture and its means of communication?"

We have to expect more and more economic, technological and military interdependence, and more free trade. That is why Canadians, whether English-speaking or French-speaking, must get to know, understand and appreciate one another better, because they need one another, and will need one another more and more.

They will have to become much more competitive, develop more team spirit and self-confidence.

Broadcasting is not just an element or a section of culture. It is the most powerful manifestation or mirror of our culture, as well as the awareness of our possibilities.

The power of broadcasting is staggering. It has become such an important part of our lives that we sometimes take it for granted.

In our lifetime, each of us will spend an average of nine years in front of the television set.

By the time they have reached the age of 12, Francophone children have spent about as much time watching television as they have spent in school. And 53 per cent of that time is taken up with foreign programs, chiefly American ones.

Broadcasting is the most powerful instrument we have to bring the whole of culture within everyone's reach.

The power of radio and television to reach the public is incredible: one symphony concert or opera or play on CBC French television can mean an audience of one million Francophones from all across the country, including inhabitants of remote locations and all those members of Francophone communities, from Vancouver to Newfoundland, who rarely get to attend such performances.

A Canadian feature film such as LE CRIME D'OVIDE PLOUFFE will reach nearly two million Canadians on CBC French television. Even a highly successful American feature film shown in Quebec's movie houses will seldom, if ever, reach this number of French-speaking viewers. One of the major American successes in recent years, E.T., has now been seen

in Quebec by 1,250,000 people, a large number of whom saw only the English version.

Let me also point out to you that LE TEMPS D'UNE PAIX, which is a sort of weekly feature film, reaches two million viewers every week.

So if our aim is to make culture democratic, no tool has the power to do so like radio and television.

It is the most economical way to bring culture to every Canadian, and not just to those who can afford it.

Where do we stand then, as the Caplan-Sauvageau Task Force is about to set its findings on paper?

Of course a distinction must be made between French-speaking Quebec and the rest of Canada - that is, English-speaking Canada and the more remote Francophone minorities who are isolated and much more inclined to tune in English-language stations.

For English-language television, there is no hiding the fact that the situation is dramatic, even critical.

Remember that Canadians as a whole watch an average of 22 hours of television a week.

Furthermore, for Anglophones, 71 per cent of this time is spent watching foreign programs, mainly American ones.

So 29 per cent of viewing time remains for Canadian programs. But which programs? Mainly information and sports programs. We do not watch very many American programs in those categories.

The average Anglophone television viewer watches a lot of drama programs - about 50 per cent of his or her viewing time.

Of the time spent by Anglophones watching drama programs, 98 per cent is spent on foreign dramas, chiefly American ones. Why? Quite simply because there are not many Canadian drama programs. In fact, Anglophones watch all of what there is in the way of Canadian drama on English television. Of the programs available, two per cent are Canadian, and two per cent of viewing time is spent on Canadian programs.

So we may conclude that, for English Canada, reality is in complete contradiction with the law - both the spirit and the letter of the law.

The law says that Canadian programming must predominate.

But it does nothing of the sort.

And it is not because Canadian programs are not good or are not watched. Those that are available are watched by large numbers.

It is a problem of production. Generally speaking, though even more on the English side, CBC funding is not sufficient to produce enough drama programs and programs for children. As for private television, the small size of the Canadian market means that it is extremely difficult to fund dramas that can compete with foreign programs, which are literally 45 times more numerous on Canadian screens.

Is there no cause for worry on the Francophone side? Quite the contrary.

Of course, we must distinguish between Quebec and the rest of French-speaking Canada. The situation in Francophone minority communities is incomparably worse: three-quarters of their viewing time is spent watching English-language stations.

However, it is clear that even in Quebec, Francophone audiences for English television and American programs are far from negligible .

Overall, more than 40 per cent of Francophones' viewing time is spent watching foreign programs. This figure rises to 53 per cent among the youth audience aged 12 to 17.

And only 10 per cent of the drama programs broadcast by French television are Canadian, but they account for 20 per cent of the viewing time spent on drama by Francophones.

Despite the number of téléromans or television serials enjoying considerable success, foreign dramatic programs nevertheless account for 80 per cent of Francophones' viewing time.

English-language stations account for 22 per cent of the time spent watching television by Francophones in Canada, but for only 15 per cent among Francophones in Quebec.

But what happens if we increase the number of American or English-language stations? The question is not simply theoretical since, among Francophones who have cable and thus access to more English-language stations, the share of viewing time spent on Anglophone stations rises from 22 to 31 per cent.

As for radio, the Quebec Deputy Minister of Communications, Yvon Tremblay, recently pointed out that over half the audience of the three most popular English-language stations in Montreal is French-speaking.

Several studies have shown that from the '70s to the '80s the share of viewing time spent watching English television by Francophones has increased. The most recent surveys seem to indicate that we have reached a plateau, but the situation is undeniably precarious.

Considering the obvious fragility of Canadian broadcasting, I must admit that I am extremely worried about the fate of the CBC. As the President of the CBC, I would be open to blame, and no doubt would be blamed eventually, if I did not report the situation as I see it to the political authorities and others who are concerned.

The CBC has not been without its faults. No organization can grow and reach the age of 50 without making some mistakes. Heaven knows, numerous commissions and committees have attempted to point out the CBC's shortcomings. We all know how often and how vigorously the Corporation has been shaken in the last 20 years.

In 1975 the Prime Minister stated that the CBC might simply be closed down. And throughout the years, the CBC has been criticized by members of all parties, whether they are in power or in opposition. And, as Chairman of the CRTC, I too did my share of criticizing. I still do at times - but now from within.

Then, as early as 1978, the financial constraints began. That year, the CBC's parliamentary appropriation was reduced by \$71 million. From 1979 to 1985-86, CBC funds were in fact reduced by a total of about \$400 million.

In spite of this \$400 million shortfall, or approximately \$60 million a year for seven years, the CBC redirected from within its base another \$100 million to improve its programs. It introduced new Canadian programs like LE POINT and THE JOURNAL. Radio services in English and French were developed to a point where they are universally acclaimed.

In addition, the staff was reduced by 10 per cent, or about 1,150 positions.

Finally, the May 23rd Federal Budget for the fiscal year 1986-87 will cost us at least another \$60 million, and perhaps even \$100 million in 1986-87, and over \$235 million over the next five years.

Some of the most aggressive critics of the CBC in the last few years have said that the CBC budget should be reduced by \$200 million. Their wishes have been surpassed: the reductions have in fact been double that amount - that is to say, \$400 million.

The Task Force on Broadcasting has come at an appropriate time. But there is a real possibility, with another reduction of some \$60 million in 1986-87, that the Task Force will be pre-empted and that the CBC will have to take action before the Task Force even reports. So the very credibility of the current process may be compromised.

As a result of the budget cuts which have been accumulating for the past seven years, the quality of CBC services is now truly threatened. Already, unless a solution to the financial problem is found, it will become impossible to improve the quality of programs sufficiently; impossible to reduce the number of American programs on the English

network; impossible to maintain the present level of network programming on radio and television; impossible to maintain the same level of collaboration with private producers; impossible to improve regional programs; impossible to install new transmitters where the signal is inadequate; impossible to complete the FM network; impossible to provide Francophone and Anglophone minorities with better service; impossible to replace technical equipment which is wearing out; even impossible to maintain enough transmitters; and in 1986-87, personnel and programming will once again have to be reduced.

One could argue that these reductions have made the CBC more careful in its use of public funds. Yes, this must be acknowledged and I have done so frequently. But it has at the same time prevented the CBC from resolving some crucial problems.

When discussing programming problems and policies, it is important to distinguish between the situation in French-language broadcasting and the one in English-language broadcasting. We must go on developing strategies specific to each. Indeed, CBC strategies have never been identical for the two areas. I agree, therefore, with the report of the federal-provincial committee on the future of French-language television.

But, as Yvon Tremblay, Quebec's Deputy Minister of Communications, said quite appropriately at the recent meeting of the Canadian Conference of the Arts, this "...should not prevent us from working with those concerned throughout Canada on the improvement of general broadcasting policies... For instance, there must certainly be some common solutions to the problem of Americanization of the airwaves."

Indeed, if Americanization of the airwaves continues in Canada, it will also affect Francophones. It already affects Francophones. When our French-speaking citizens with cable spend 31 per cent of their viewing time watching English-language stations, they are not watching Canadian programs, but American programs. They are not listening to stories about Quebec or British Columbia; they are listening to stories about Texas and Miami. We can go even further. They are watching what an American economist has called the products of a "superculture," that is, products situated in an American context, sometimes excellent but more often disembodied and made to appeal to all audiences, wherever they are. Above all, to American audiences because they are the most numerous and the most necessary to the economy of these products.

We will be sternly judged in the future, in accordance with our own principles, if we allow our broadcasting to be dominated by this

homogeneous superculture, and if we allow our own talents to play a minority or nearly non-existent role.

As Francophones, we cannot remain indifferent to the Americanization of English-speaking Canada.

Last week, in the course of a conversation, the acting Minister of Communications, Benoît Bouchard, told me that French-speaking Canadians who have believed in the idea of Canada, who have supported it and rallied to it would not be favourably disposed if we were to capitulate now in our defence of Canada's cultural sovereignty. And what would be the reaction of the French-speaking minorities?

A truly Canadian English-language television service should also give more attention in its programming to French-speaking Canadians, and vice versa. Actually, CBC English television has already carried productions such as LES PLOUFFE, BONHEUR D'OCCASION and MARIA CHAPDELAINE.

Quebec's French-language producers are demanding their niche in CBC English television because they need the larger market of English Canada, which may also serve as an introduction to the American market.

Some people, including those who defend the American media, see radio and television as a commodity, a commercial product. We see broadcasting as a cultural activity. Even when it appears to be commercial - as it often does - we are concerned primarily, and quite rightly, with its cultural aspect.

What is to be done?

In the short term, we have to stop the bleeding. If the funding reductions I have described had not occurred, the CBC, on both the French and the English side, would hardly be recognizable. I will come back to this.

We must avoid thinning down, reducing, weakening, undermining CBC radio and television before the Caplan-Sauvageau Task Force can even present its findings. We must avoid a weakening of the network programs on FM and AM, of regional programming, of the stations serving isolated minority groups, such as those in Vancouver, Winnipeg-St. Boniface, Northern Ontario and Quebec.

And spare us the foolish talk about the CBC being able to offer all the services requested of it by cutting its administrative expenditures or reducing the number of its vice-presidents. What foolishness! What stupidity! And what hypocrisy!

Some banks, which everyone regards as models of administration, have over 100 vice-presidents; the CBC has 14. Why must we measure things using different yardsticks? CTV, which manages only one English television network, no radio, no international service, no Northern service, almost no production, no local English or French stations, has nine vice-presidents. Once again, why two different yardsticks?

The CBC is administered as well as any government department.

One example: during the cuts last fall, the CBC laid off 350 people and abolished 1,150 positions, out of a total establishment of about 12,000 people.

The federal government, in its programs to reduce expenditures and personnel, laid off 130 employees out of 225,000 and abolished 3,000 positions.

The time has come to challenge the lies, slander and hypocrisy which circulate in connection with the CBC.

Every year, the Auditor General - and the same thing takes place at the provincial level - must reveal to Parliament the serious administrative

errors he finds. To my knowledge, neither he nor his predecessor has felt it appropriate, in the past six years, to do so where the CBC is concerned.

So at least in the short term, we have to keep the CBC in good health.

But in the longer term?

This involves the mandate of the Caplan-Sauvageau Task Force, and therefore courtesy demands that I not make the CBC's proposals public before they are conveyed to the Task Force. However, I will share a few ideas with you.

I said a little while ago that if the CBC had not suffered a shortfall of \$400 million over the last seven years, its services would hardly be recognizable. What would have happened?

I have been President for only about three years. But I am sure that my predecessor, Al Johnson, would have set up a second French television and English television network. The amount of the shortfall would have provided amply for such a service.

A second network would have made it possible to strike a much better balance between the more serious and cultural programs and popular

entertainment. My predecessor surely would also have insisted on increasing Canadian drama programming on both television networks. Like me, he felt it was scandalous that 98 per cent of the drama programming on English-language television should be foreign, principally American.

As for me, I would certainly have liked to reinforce regional programming and to create a better integration of regional and network programming, and of regional and network production teams.

By the way, some such changes can be made without increasing the budget and we must address ourselves to them. Certainly, Montreal is important, but it is not all of Quebec, nor is it all of French Canada. We must go on trying to give our network programming on radio - and also on television - a face that reflects the whole of Quebec and French Canada. This is particularly important in the case of Quebec City and the surrounding area since this is the capital of what is the very heart of French Canada.

I also would have liked our information programming to be reinforced with greater resources. Parliament funds the CBC as it funds in large part education, health, museums and theatre, to enable all citizens to have access to a level of excellence that the constraints of the commercial markets make impossible. In its news and current affairs

programs, the CBC must aim at the highest level of excellence. I know that this is in keeping with the aspirations of our information program staff. We should be able to provide complete support for such hopes and consolidate the resources of our information programming so as to provide better coverage of the more remote regions that usually we hear about only when there is some scandal or crisis; to provide better coverage of the provincial capitals; to provide better coverage of international activity through our own eyes and not those of foreign agencies.

As for drama, there remains a great deal to be done. But I think that we are not sufficiently aware of the somewhat unbelievable phenomenon represented by drama programming at the CBC and private French-language broadcasting in Quebec. No doubt we enjoy some linguistic protection. But our scriptwriters, our actors, our producers, our technicians and our managers have been able to take advantage of this situation imaginatively and skillfully. In any case, there is nothing quite like it in America or Europe.

Of course, we have had to be concerned to a great extent with quantity. Still we must remember that we managed to produce only 10 per cent of what is broadcast in this program category and that 80 per cent of the viewing time of our French-speaking citizens is spent on foreign programs, which are not always of the highest cultural level either.

That being said, we can do better.

In a more favourable financial context, we should no doubt have put our efforts into quality and accepted the risk of watching our commercial revenue diminish. However, it must be understood that if we reduce commercial revenue when the budget is also being reduced, we get caught in a circle of having to cut still more from programs to make up for the loss of commercial revenue.

If we could have afforded it, I would have liked, and I would still like in the future, to carry drama programming that moves people, that doesn't just entertain them. Many people want more than simple entertainment from radio and television. I think that on radio and with two networks, the CBC has achieved a wise balance between the serious and the recreational. Nevertheless, too many people feel frustrated by the fact that television, outside information, does not offer them enough programs that affect them deeply, that inspire them, that excite them and even transport them. For instance, with enough money, and with the collaboration of our best theatre companies and the National Theatre School and the Conservatory of the province of Quebec, the CBC could be our national repertory theatre.

There are so many things to say about the CBC, for us to discover together the best ways of improving this extraordinary cultural,

educational and developmental tool for each individual and for the community. I am sorry to have taken so much time to talk about financial problems. However, someone has to do it, and the responsibility has fallen on my shoulders.

Still, I will make a promise. For the duration of my mandate, I will continue to stress to everyone, the public first of all, my colleagues, our employees, our unions, to all those who work with the CBC, the idea that this agency does not belong to us!

It is not at our service. It is at the service of every Canadian, every Quebecer. It is at the service of all that we share - of all that we share from the past and all that we might share in the future.



Radio-Canada : une priorité nationale

Une allocution de Pierre Juneau
Président de la Société Radio-Canada

Le 6 novembre 1985

Chambre de Commerce
Sainte-Foy, Québec

Je remercie la Chambre de commerce de Sainte-Foy de son invitation et de l'intérêt qu'elle porte à Radio-Canada et à la question de la radiotélévision au Canada. Cet intérêt est d'ailleurs partagé par divers organismes et institutions de la région de la capitale, notamment la Chambre de commerce de Québec et l'Université Laval.

Parler de la radiotélévision en 1985, c'est soulever plusieurs questions. La radiotélévision sera-t-elle vraiment pour tous les Canadiens, francophones et anglophones, riches ou pauvres, humbles ou puissants, un instrument de culture, une source d'idées et de vitalité démocratique, un ferment de liberté et de dignité nationale? Ou sera-t-elle comme elle est en bonne partie devenue, il faut le dire, tant au Canada anglais qu'au Canada français, le pourvoyeur de produits étrangers souvent porteurs de frivolité et de violence?

Si, comme l'ont dit toutes les commissions royales et comme le dit la loi actuelle, la radiodiffusion est essentielle au développement et à la survie de notre pays, il faut en faire une priorité nationale et cesser de nous leurrer par les belles paroles de nos discours et de nos lois.

La période qui s'annonce risque de voir s'accroître notre interdépendance économique et technologique vis-à-vis les États-Unis et le reste du monde.

Dans un tel contexte, c'est la qualité de notre imagination, la vigueur et l'indépendance de nos idées, de nos attitudes et la cohérence de notre société qui décideront de notre réussite économique et de notre indépendance nationale.

Rien n'a davantage joué pour déclencher la ferveur du Québec au cours des années cinquante et soixante que la culture et l'éducation et certains mouvements religieux et sociaux. Et parmi ces manifestations, on a toujours reconnu un rôle de premier plan à Radio-Canada.

La culture d'un individu, c'est ce qui fait sa personnalité. Ce ne sont pas nécessairement les auteurs qu'il peut citer ou les musées qu'il a visités. Mais c'est sa présence comme individu parmi ses semblables. Ce qu'il a à communiquer, à transmettre à ses amis, à sa famille. La culture - et avec T.S. Eliot on peut ajouter la religion - est ce qui distingue les personnes les unes des autres. Ce qui fait qu'un individu n'est pas une parcelle d'une masse indistincte.

La culture façonne la personnalité d'un pays. Le distingue des autres. Constitue son témoignage dans le dialogue de l'univers. Surtout si sa présence ne repose pas principalement sur la force militaire ou la puissance économique.

Elle est aussi un facteur de compréhension, de confiance, d'enthousiasme et de créativité qui se répercute dans tous les domaines d'activités.

Aussi il est intéressant de constater de nos jours au Québec, après la ferveur culturelle et politique des trois dernières décennies, l'effervescence de créativité et d'énergie dans le domaine des affaires et de l'industrie.

Si l'on veut parler de souveraineté, la culture est donc la condition même de la souveraineté.

Si nous dépendons des médias américains pour nos idées, nos images et nos façons de penser, ce sera notre souveraineté tout court qui sera menacée et non seulement notre souveraineté culturelle.

Comme le disait très justement le ministre suppléant des Communications, l'honorable Benoit Bouchard, à l'ouverture du colloque de la Conférence canadienne des arts récemment: "Comment pourrions-nous prétendre être un pays réellement souverain si nous abandonnons notre souveraineté - notre droit incontesté d'agir - dans les secteurs qui sont l'essence d'un pays - sa culture et ses outils de communication."

Il faut s'attendre à une interdépendance économique et technologique de plus en plus grande; à une libéralisation des échanges, à une interdépendance militaire de plus en plus forte. C'est pourquoi les Canadiens, qu'ils soient de langue française ou de langue anglaise, doivent davantage se connaître, se comprendre et s'apprécier; parce qu'ils ont, et qu'ils auront de plus en plus besoin les uns des autres.

Ils devront devenir beaucoup plus concurrentiels, plus compétitifs comme on dit dans les sports. Donc, l'esprit d'équipe et la confiance en soi prendront plus d'importance.

La radiotélévision n'est pas seulement un élément, une section de la culture. C'est sa manifestation la plus puissante, le miroir même de ce que nous sommes. La prise de conscience aussi de nos possibilités.

Le pouvoir de la radiotélévision est prodigieux. Il prend tant de place dans nos vies que nous sommes parfois portés à l'oublier.

Nous aurons passé, au cours de notre vie, en moyenne neuf années devant le petit écran.

Lorsqu'ils atteignent l'âge de 12 ans, les enfants francophones ont passé autant de temps devant la télévision que sur les bancs d'école. Et 53 % de ce temps est occupé par des émissions étrangères, en majorité américaines.

La radiotélévision est l'instrument le plus puissant dont nous disposions pour mettre l'ensemble de la culture à la portée de tous.

Le pouvoir qu'ont la radio et la télévision d'atteindre le public est incroyable: que la télévision française de Radio-Canada diffuse un concert symphonique, un opéra ou une pièce de théâtre, et voilà un auditoire d'environ un million de francophones partout au pays, y compris dans des endroits isolés et dans toutes les communautés francophones, de Vancouver à Terre-Neuve, qui ont rarement l'occasion de voir de tels spectacles.

Un long métrage canadien, comme LE CRIME D'OVIDE PLOUFFE, atteindra probablement près de deux millions de Canadiens à la télévision française de Radio-Canada. Même un long métrage américain à grand succès, présenté dans les salles de cinéma au Québec, obtient rarement, sinon jamais, ce nombre de spectateurs francophones. Un des plus importants succès commerciaux américains des dernières années, E.T., a rejoint jusqu'à maintenant 1 250 000 spectateurs au Québec, dont un grand nombre n'ont vu d'ailleurs que la version anglaise.

Je vous signale aussi que LE TEMPS D'UNE PAIX, qui est une sorte de long métrage hebdomadaire, rejoint chaque semaine 2 millions de spectateurs.

Si l'on veut, donc, démocratiser la culture, aucun instrument n'a le pouvoir de le faire comme la radio et la télévision.

C'est la façon la plus économique de mettre la culture à la portée de tous les Canadiens et non pas seulement de ceux qui en ont les moyens.

Et alors, où en sommes-nous au moment où le Groupe de travail Caplan-Sauvageau va se mettre à écrire?

Il faut, bien sûr, distinguer entre le Québec francophone et le reste des Canadiens: c'est-à-dire les anglophones, auxquels on peut aussi ajouter les minorités francophones, parce qu'elles sont plus isolées et que leur écoute va beaucoup plus aux stations de langue anglaise.

Du côté de la télévision anglophone, la situation est dramatique, même pénible.

Rappelons que les Canadiens dans l'ensemble regardent en moyenne 22 heures de télévision par semaine.

Or, pour les anglophones, 71% de ce temps est consacré aux émissions étrangères, surtout américaines.

Il reste donc 29% du temps consacré aux émissions canadiennes. Mais quelles émissions? Surtout les émissions d'information et les émissions sportives. Car on regarde assez peu les émissions américaines dans ces secteurs.

Le téléspectateur anglophone moyen regarde beaucoup les émissions dramatiques: environ 50% de ses heures d'écoute.

98% du temps d'écoute des émissions dramatiques par les anglophones est consacré à des dramatiques étrangères, principalement américaines. Pourquoi? Tout simplement parce que les émissions dramatiques canadiennes sont rares. En fait, les anglophones regardent tout ce qu'il y a d'émissions dramatiques canadiennes à la télévision anglaise. 2% de ce qui est disponible est canadien et 2% de l'écoute va aux émissions canadiennes.

On peut donc en conclure que pour le Canada anglophone, la réalité est en complet désaccord avec la loi: en contradiction à la fois avec l'esprit et avec la lettre de la loi.

La loi dit que la programmation canadienne doit prédominer.

Il n'en est rien.

Et ce n'est pas parce que les programmes canadiens ne sont pas bons ou ne sont pas regardés. Ceux qui existent sont abondamment regardés.

C'est un problème de production. Dans l'ensemble, mais encore plus du côté anglophone, le financement de Radio-Canada n'est pas suffisant pour produire assez d'émissions dramatiques ou d'émissions pour enfants. Quant aux télévisions privées, l'étroitesse du marché canadien fait qu'il est extrêmement difficile de financer des émissions dramatiques qui peuvent concurrencer les émissions étrangères, littéralement 45 fois plus nombreuses sur l'ensemble des écrans canadiens.

La situation est-elle de tout repos du côté francophone? Absolument pas.

Il faut, bien sûr, distinguer entre le Québec et le reste de la francophonie canadienne. La situation des minorités francophones est incomparablement plus grave: les trois quarts de leur temps d'écoute sont consacrés à des stations de langue anglaise.

Mais il est clair que, même au Québec, la télévision anglaise et les émissions américaines recrutent des auditoires francophones non négligeables.

Dans l'ensemble, plus de 40% du temps d'écoute des francophones est consacré à des émissions étrangères. Pour les jeunes de 12 à 17 ans, il est de 53%.

Seulement 10% des émissions dramatiques diffusées par la télévision française sont canadiennes mais elles représentent 20% du temps d'écoute des dramatiques par les francophones.

Malgré le nombre de téléromans qui ont tous un succès considérable auprès du public, il reste que les émissions de fiction étrangères reçoivent quand même 80% des heures d'écoute des francophones.

Les stations anglaises recueillent elles 22% des heures consacrées à la télévision par les francophones au Canada, une proportion qui tombe à 15 chez les francophones du Québec.

Mais qu'arrive-t-il si l'on augmente le nombre de stations américaines ou anglophones? La question n'est pas aussi théorique que l'on pourrait le croire. Car chez les francophones qui ont le câble et donc plus de stations anglophones, leur temps d'écoute des stations anglophones passe de 22% à 31%.

Quant à la radio, comme le signalait récemment le sous-ministre des Communications du Québec, monsieur Yvon Tremblay, plus de la moitié de l'auditoire des trois stations anglophones les plus populaires de Montréal est francophone.

Plusieurs études montrent que, des années 70 aux années 80, la part d'écoute que les francophones consacrent à la télévision anglaise a augmenté. Les plus récents sondages semblent indiquer que nous avons atteint un plateau. Mais la fragilité de cette situation est indéniable.

Considérant cette évidente précarité de la radiodiffusion canadienne, je dois dire que je suis très inquiet du sort fait à Radio-Canada. Comme Président de cette Société, je serais condamnable, et serais sans doute éventuellement condamné, si je ne rendais pas compte aux autorités politiques et aux intéressés de la situation comme je la vois.

Certes, Radio-Canada ne peut prétendre n'avoir jamais commis de fautes. Nul organisme ne peut s'épanouir et atteindre l'âge de cinquante ans sans faire d'erreurs. Dieu sait combien de comités et de commissions se sont chargés de signaler les lacunes de Radio-Canada. Nous savons tous combien de fois et avec quelle force la Société s'est fait secouer au cours des vingt dernières années.

En 1975, le Premier ministre déclarait que l'on devrait peut-être purement et simplement fermer les portes. Durant des années, les membres de tous les partis, au pouvoir comme dans l'opposition, ont critiqué Radio-Canada. Et comme Président du CRTC j'ai, moi aussi, exprimé ma part de critiques. Il m'arrive d'ailleurs encore de le faire - mais maintenant à l'intérieur.

Et puis, dès 1978, les restrictions financières ont commencé. Cette année là, les prévisions budgétaires de Radio-Canada furent réduites de 71 millions de dollars. Entre 1979 et 1985-1986, les fonds de Radio-Canada ont, de fait, diminué de quelque 400 millions de dollars au total.

Et, malgré ce manque de 400 millions de dollars, soit en moyenne 60 millions par année environ durant sept ans, la Société Radio-Canada a réorienté 100 autres millions dans son assiette budgétaire afin d'améliorer ses émissions. Elle a lancé de nouvelles émissions canadiennes comme LE POINT et THE JOURNAL. Les services de radio, français et anglais, se sont développés au point de jouir d'une réputation internationale. D'autre part, en 1985-1986, la Société a réduit ses effectifs de 10%, soit environ 1150 postes.

Enfin, le budget fédéral de 1986-1987 annoncé le 23 mai dernier nous coûtera encore au minimum 60 millions de dollars, et peut-être même 100 millions en 1986-1987 et au delà de 235 millions au cours des cinq prochaines années.

Les critiques les plus virulents de Radio-Canada ont affirmé, au cours des dernières années, qu'il faudrait réduire le budget de Radio-Canada de 200 millions de dollars. Leurs vœux ont été dépassés: les réductions ont en fait atteint le double - c'est-à-dire 400 millions.

La création du Groupe de travail sur la radiotélévision tombe à point. Mais il se pourrait bien qu'à cause de cette nouvelle réduction de quelque 60 millions en 1986-1987, le Groupe de travail soit pris de vitesse, et que la Société doive poser des gestes avant même que le Groupe ne produise son rapport. C'est donc la crédibilité même du processus en cours qui est mise en question.

À force de compressions budgétaires qui s'accumulent depuis sept ans, la qualité des services de Radio-Canada est maintenant vraiment menacée. D'ores et déjà, à moins de trouver une solution au problème financier, il deviendra impossible d'améliorer suffisamment la qualité des émissions; impossible de diminuer les émissions américaines au réseau anglais; impossible de maintenir le niveau actuel de programmation réseau à la radio et à la télévision; impossible de maintenir au même niveau la collaboration avec les producteurs privés;

impossible d'améliorer les programmes régionaux; impossible de mettre de nouveaux émetteurs là où le signal est insuffisant; impossible de compléter le réseau FM; impossible de mieux servir les minorités francophones ou anglophones; impossible de remplacer le matériel technique qui devient vétuste; impossible même d'entretenir suffisamment les émetteurs; et en 1986-1987, il faudra en plus réduire de nouveau le personnel et les programmes.

On peut avancer que ces compressions ont forcé Radio-Canada à utiliser les deniers publics avec plus de rigueur. Oui, il faut le reconnaître, et je l'ai souvent fait. Mais elles l'ont également empêchée de résoudre des problèmes cruciaux.

Quant aux problèmes et aux politiques de programmation, il n'y a pas de doute qu'il faut distinguer entre la radiodiffusion francophone et anglophone. Il faut continuer de développer des stratégies spécifiques à chaque secteur. Les stratégies de Radio-Canada n'ont jamais d'ailleurs été identiques pour chacun des secteurs. Je suis d'accord par conséquent avec le rapport du Comité fédéral-provincial sur l'avenir de la télévision francophone.

Mais comme le disait fort à propos monsieur Yvon Tremblay, le sous-ministre des Communications du Québec, au récent colloque de la Conférence canadienne des arts: Ceci "...ne doit pas nous empêcher de participer avec tous les autres intervenants canadiens à l'amélioration des politiques générales en radiotélédiffusion. Face à l'américanisation des ondes, par exemple, il y a certainement des solutions communes à trouver."

En effet, si l'américanisation des ondes continue de progresser au Canada, elle affectera aussi les francophones. Elle affecte déjà les francophones. Quand nos compatriotes francophones abonnés au câble consacrent jusqu'à 31% de leurs heures d'écoute aux stations anglophones, ils ne regardent pas des émissions canadiennes mais des émissions américaines. Ils ne regardent pas des histoires qui parlent du Québec ou de la Colombie: ils regardent des histoires du Texas ou de Miami. On peut même aller plus loin. Ils regardent ce qu'un économiste américain a appelé les produits de la "superculture"; c'est-à-dire des produits situés dans un contexte américain, parfois excellents mais le plus souvent désincarnés et fabriqués pour séduire tous les auditoires, où qu'ils soient. Les auditoires américains d'abord parce qu'ils sont les plus nombreux et les plus nécessaires à l'économie de ces produits.

Nous serons jugés sévèrement dans l'avenir et au nom de nos propres principes si nous acceptons que notre radiodiffusion soit dominée par cette superculture homogène, et que nos propres talents y soient minoritaires et quasi-absents.

Comme francophones, nous ne pouvons pas rester indifférents à l'américanisation du Canada anglophone.

La semaine dernière, lors d'une conversation, le ministre suppléant des Communications, l'honorable Benoît Bouchard, me disait que les Canadiens francophones qui ont cru à l'idée du Canada, qui l'ont soutenu ou qui s'y sont ralliés verraient d'un drôle d'oeil qu'on fléchisse maintenant dans la défense de sa souveraineté culturelle. Et que dire des minorités francophones dans cette perspective?

Une télévision anglophone qui serait vraiment canadienne devrait aussi faire une place plus grande dans ses émissions aux Canadiens de langue française et vice-versa. La télévision anglaise de Radio-Canada a déjà d'ailleurs programmé des séries comme LES PLOUFFE, BONHEUR D'OCCASION, MARIA CHAPDELAINE, etc.

Les producteurs francophones du Québec réclament fortement leur place à la télévision anglaise de Radio-Canada parce qu'ils ont besoin du marché plus vaste du Canada anglais qui peut d'ailleurs lui servir de porte d'entrée vers le marché américain.

Certains - dont les défenseurs des médias américains - voient la radio et la télévision comme une marchandise commerciale, un produit commercial. Nous la percevons comme une activité de nature culturelle. Même quand elle manifeste un caractère commercial - et c'est souvent le cas - c'est d'abord, comme pays, son aspect culturel qui nous préoccupe, et à juste titre.

Que faut-il faire?

À court terme, il faut arrêter la saignée. Si cette saignée que j'ai décrite n'avait pas eu lieu, Radio-Canada, tant du côté français qu'anglais, serait aujourd'hui méconnaissable. J'y reviendrai.

Il faut éviter d'amenuiser, de diminuer, d'affaiblir, de miner la radio et la télévision de Radio-Canada avant même que le comité Caplan-Sauvageau ne puisse se prononcer. Il faut éviter un affaiblissement des programmes réseaux du FM, du AM, de la programmation régionale, des stations qui servent les minorités isolées comme celles de Vancouver, de Winnipeg-St-Boniface, du Nord de l'Ontario ou du Québec.

Et qu'on ne vienne pas répéter ces niaiseries que Radio-Canada pourrait offrir tous les services qu'on lui demande en coupant ses dépenses d'administration ou en diminuant le nombre de ses vice-présidents. Quelle niaiserie! Quelle bêtise! Ou quelle hypocrisie!

Certaines banques, que tous considèrent comme des modèles d'administration, ont d'ordinaire plus de 100 vice-présidents; Radio-Canada en a 14. Pourquoi cette règle des deux poids, deux mesures? Le réseau CTV lui, qui ne gère qu'un réseau de télévision anglaise, pas de radio, pas de service international, pas de service nordique, presque pas de production, pas de stations locales anglaises ou françaises, a neuf vice-présidents. Là aussi, pourquoi deux poids, deux mesures?

Radio-Canada est aussi bien administrée que n'importe quel ministère.

Un seul exemple: à l'occasion des coupures de l'automne dernier, Radio-Canada a opéré 350 mises à pied et aboli 1 150 postes sur un effectif global d'environ 12 000 personnes.

L'ensemble du gouvernement fédéral, dans un programme de réduction de dépenses et de personnel, a mis à pied 130 employés sur 225 000 et aboli 3 000 postes.

Le temps est venu de dénoncer les mensonges, les calomnies et les hypocrisies qui circulent au sujet de Radio-Canada.

À tous les ans, le Vérificateur général - et la même chose a lieu au niveau provincial - doit révéler au Parlement les erreurs administratives graves qu'il trouve. À ma connaissance, ni lui, ni son prédécesseur, n'ont jugé à propos depuis six ans, de le faire pour Radio-Canada.

Donc, à court terme au moins, il faudrait maintenir Radio-Canada en bonne santé.

Mais à plus long terme?

Il s'agit là du mandat du Groupe de travail Caplan-Sauvageau et, par conséquent, la courtoisie exige que j'évite de rendre publiques les propositions de Radio-Canada avant même de les avoir transmises au Groupe de travail. Mais je partagerai quand même avec vous quelques idées.

Je disais il y a quelques instants que si Radio-Canada n'avait pas subi une saignée réelle de 400 millions de dollars au cours des sept dernières années, ses services seraient méconnaissables. Que se serait-il passé?

Quant à moi, je ne suis à la présidence que depuis trois ans environ. Mais je suis sûr que mon prédécesseur, Al Johnson, aurait mis sur pied un deuxième réseau de télévision française et anglaise. Les sommes perdues auraient amplement permis de financer un tel service.

Une deuxième chaîne aurait permis d'équilibrer beaucoup mieux les programmes plus sérieux et plus culturels et les programmes populaires. Mon prédécesseur aurait aussi sûrement insisté pour qu'on augmente la programmation dramatique canadienne sur les deux chaînes de télévision. Il croyait comme moi que c'est un scandale que 98% de la programmation dramatique à la télévision anglophone soit d'origine étrangère, surtout américaine.

Quant à moi, j'aurais sûrement voulu renforcer aussi la programmation régionale et mieux intégrer les programmes d'origine régionale aux programmes réseaux, de même que les équipes régionales et les équipes réseaux.

Soit dit en passant, certains changements de cet ordre peuvent se faire sans augmentation budgétaire et nous devons nous appliquer à les faire. Montréal est important certes, mais ce n'est pas tout le Québec ni tout le Canada français. Nous devons continuer de nous efforcer de donner à notre programmation réseau à la radio - mais aussi

à la télévision - un visage qui reflète l'ensemble du Québec et du Canada français. Ceci est particulièrement important dans le cas de Québec et de sa région puisqu'il s'agit de la capitale de ce qui est le coeur même du Canada français.

J'aurais voulu aussi que l'on renforce notre programmation d'information, que l'on y mette plus de ressources. Le Parlement finance Radio-Canada comme il finance en grande partie l'éducation, la santé, les musées et le théâtre, pour permettre à tous les citoyens d'avoir accès à un niveau d'excellence que les contraintes des marchés commerciaux rendent impossible. Dans les services d'information, Radio-Canada doit donc viser au plus haut niveau d'excellence. Je sais que cela rencontre les espoirs de nos milieux d'information. Il faudrait pouvoir soutenir à fond ces espoirs et renforcer les ressources de notre secteur de l'information afin de mieux rendre compte de tout ce qui se passe dans les régions plus reculées qui ne sont en vedette que dans les moments de scandale ou de crise; mieux rendre compte des capitales provinciales; mieux rendre compte de l'activité internationale dans nos perspectives à nous et non celles des agences étrangères.

Quand aux émissions de fiction, il y a beaucoup à faire. Mais je crois que nous ne nous rendons pas suffisamment compte du phénomène assez incroyable que constitue la programmation dramatique de Radio-Canada et de la radiodiffusion privée francophone au Québec. Sans doute bénéficions-nous d'une certaine protection linguistique. Mais nos scénaristes, nos comédiens, nos réalisateurs, nos techniciens et nos gestionnaires ont su utiliser cette situation avec imagination et habileté. Il n'y a, en tout cas, rien de semblable en Amérique ou en Europe.

Bien sûr, il a fallu se préoccuper beaucoup de la quantité. Rappelons-nous cependant que nous ne réussissons à produire que 10 % de ce qui est diffusé dans ce domaine et que 80 % du temps d'écoute de nos compatriotes francophones s'adresse à des émissions étrangères qui, elles non plus, ne sont pas toujours du plus haut niveau culturel.

Cela étant dit, on peut faire mieux.

Dans un contexte financier plus favorable, il aurait sans doute fallu donner un solide coup de barre du côté de la qualité et accepter le risque de voir diminuer les recettes commerciales. Mais il faut comprendre que si l'on diminue les recettes commerciales quand d'autre part les subventions elles aussi

diminuent, on s'engage dans une spirale où il faut couper encore plus dans les émissions pour compenser les pertes de recettes commerciales.

J'aurais donc voulu, si on nous en avait laissé les moyens, et je voudrais dans l'avenir, une programmation dramatique qui émeut et non seulement distrait. Beaucoup de gens attendent plus qu'une simple distraction de la radio et de la télévision. Je crois qu'à la radio - et avec deux chaînes - Radio-Canada a réussi un sage équilibre entre le sérieux et le récréatif. Trop de gens cependant se sentent frustrés du fait que la télévision, elle, ne leur offre pas - en dehors de l'information - assez d'émissions qui les touchent profondément, qui les inspirent, les passionnent, les transportent ou même les enthousiasment. Par exemple, avec les moyens nécessaires, Radio-Canada pourrait être, compte tenu de la collaboration de nos meilleures troupes de théâtre, de l'École nationale de théâtre et du Conservatoire, notre théâtre national de répertoire.

Il y a tant de choses à discuter au sujet de Radio-Canada: pour trouver ensemble les meilleures façons d'améliorer cet instrument extraordinaire de culture, d'éducation et d'évolution pour chaque personne et pour la collectivité. Je regrette donc d'avoir pris beaucoup de temps pour parler de problèmes financiers. Mais quelqu'un doit le faire et la responsabilité m'échoit.

Je ferai cependant une promesse. Pour la durée du mandat qui m'a été confié, je continuerai d'insister auprès de tous, du public d'abord, auprès de mes collègues, auprès de notre personnel, auprès de nos syndicats, auprès de tous ceux qui collaborent avec Radio-Canada sur l'idée que cet organisme ne nous appartient pas.

Il n'est pas à notre service. Il est au service de chaque Canadien, de chaque Canadienne, de chaque Québécois et de chaque Québécoise. Il est au service de tout ce que nous avons en commun - de tout ce que nous partageons du passé et de tout ce que nous pourrions faire de l'avenir.

CAI
BC
-577



The French-Speaking World in the Satellite Era

Notes for an address by Pierre Juneau
President of the CBC

January 20, 1986

Chambre de commerce française au Canada
Montreal

At this very moment, a Canadian television evening in French is being shown in Europe by means of satellite and cable - an evening of programs that you may have seen at home and that are being made available to our friends in Europe on the TV 5 network. This weekly program is prepared and presented by a recently formed group, the Quebec-Canada Television Consortium, consisting of Radio-Québec, TV Ontario, Télé-Métropole, Télé-Capitale, the National Film Board, Cogeco, Quebec independent producers and the CBC.

A large share of the credit for this international French-language television initiative goes to the Ministers of Communications of Canada and Quebec. First there was the official invitation made in late 1984 by the French Embassy following a recommendation by members of TV 5. The Ministers of Canada and Quebec were invited to suggest a Canadian

partner to join TV 5. Through their officials, the two Ministers fostered the setting up of a group of broadcasters and program producers that would provide as faithful a reflection as possible of all aspects of French-language television in Canada. This gave rise to the creation of the Quebec-Canada Television Consortium. So in April 1985, Messrs. Masse and Bertrand told their French counterpart, Mr. Fillioud, that Canada was ready to take part in the TV 5 service.

I wish to thank the French Chamber of Commerce in Canada for inviting me to talk about this venture in its earliest stages.

The title of my talk, The French-Speaking World in the Satellite Era, is somewhat ambitious. Actually, I am planning to talk with you chiefly about this new Quebec-Canada undertaking and the European network TV 5, which Canada now belongs to.

Nevertheless, it is crucial for us, as English-speaking or French-speaking Canadians, to realize what is taking place in the world of television because of satellite, namely that television is quickly becoming international. In a way, this isn't news to us living here in Quebec or in Canada's other provinces.

Not only have we been the largest importers of American programs in the world for many years now, but also there has been an abundance of

American signals crossing our borders for 40 years or so, all along the 49th parallel, and they are received in Canadian homes either directly or by cable.

In addition, with the help of regional American satellites, dozens and dozens of television signals are now available to Canadians who can purchase a satellite dish for an average price of \$1,500. There are now some 200,000 satellite dishes in use in Canada.

The arrival of regional satellites in Europe, combined with the arrival of cable and soon of regional direct broadcast satellites, is going to give rise to intercontinental television service - not just international service in the North American sense of the term.

There are already a few international and multinational television services available in Europe from the U.S. and England. The main ones are those operated by Ruppert Murdoch, Ted Turner and CBS.

This is not a cry of alarm! Rather it is an invitation to action. For the time being, TV 5 is a small operation, but it is a positive one, which enables us with our French, Belgian and Swiss associates to get an early entry into this new market for our programs.

The Quebec-Canada Consortium is also an undertaking that involves various Canadian broadcasters and producers and that I find particularly interesting when we consider the cooperation of the Consortium with our European friends and colleagues.

So we are offering a French-language television service to European cable subscribers; at the moment there are about three million cable outlets, one-third of them in French-speaking regions. This is not a large audience for the time being, but it's twice as large as the number of Francophone cable subscribers in Canada. There are just about as many Francophone households with cable in Europe as there are in Canada.

The idea for this new European television network goes back a couple of years and the credit belongs to our colleagues of public networks in France, Belgium and Switzerland, namely TF 1, Antenne 2, FR 3, Radio Télévision Belge de langue française and Radio Télévision Suisse Romande.

At their invitation, we joined them. On Monday, January 6, from 7 to 10 p.m., Greenwich time, the first Canadian television evening took place.

Four nights a week, programming is provided by the French television services; one night is provided by the Quebec-Canada Consortium,

another by French-language Belgian television and another by French-language Swiss television.

The Quebec-Canada Television Consortium is a non-profit agency. Like the CBC, Radio-Québec and TV Ontario, it is funded in large part by special government grants, in this case from Canada and Quebec. Some of the financing is also supplied by the agencies forming the Consortium. These various financial resources enable the Consortium to share in the cost of renting the satellite and also in defraying the cost of the programming, transcoding and shipping.

The Consortium also plans to defray part of the cost of the service by carrying both Canadian and French commercials. There now, I have conveyed the message, and I hope that many businesses will be interested. The Consortium will be setting up a sales department, which will no doubt contact those who have expressed an interest.

The participants do not charge for their programs, but the Consortium's resources are used to pay any fees owing to members of the Union des artistes, SARDEC and the American Federation of Musicians. Also, these associations have agreed - and I wish to thank them publicly here - to minimal requirements so as to promote the success of this undertaking, which opens a window on Europe for Canada's television products. Their European colleagues agreed to identical conditions when the service

began. The only fly in the ointment is SODRAC, which up to now has rejected the offers it has received; if no reasonable agreement is reached, the experiment may be jeopardized.

The agreement between the Quebec-Canada Consortium and our European colleagues is valid for one year. Whether or not it is renewed will depend on how it is assessed, funding of course and the agreements to be renewed with those concerned.

The Consortium is a member of TV 5's Board of Directors, which is located in Paris and chaired by Paul Peyre, formerly of the French network Antenne 2.

Less than five per cent of TV 5's budget in Europe comes from commercial revenue. This is not very much and may be explained in part by the fact that the audience is not yet very large - altogether three million cable outlets in 12 European countries and Morocco.

According to a recent survey conducted by SOFRES in three European countries receiving TV 5, nearly 2.5 per cent of households able to receive TV 5 did in fact watch it, on a typical evening. Even more encouraging, in one week, 14 per cent of the persons surveyed had watched TV 5 at least once. Everything points to an increase in the awareness of the service and the number of viewers.

In comparison, there are about 1.1 million francophone households with cable in Canada, including 975,000 in Quebec. However, according to the cable plan, about five million subscriptions are expected in France by 1990.

This is all very interesting, but what will this Canadian evening look like in Europe? Like the other evenings provided by the French, Belgians and Swiss, it will be made up of existing programs supplied by member agencies. The best way to describe it to you is perhaps to show you a montage put together by the members of the Consortium as a short preview.

PREVIEW: About 10 minutes.

Earlier I mentioned the intercontinental nature that television is gradually taking on in the world. As we know, since 1979, Quebec has imported a complete program from the three networks in France, known as TVFQ or Channel 99.

At present, consideration is being given to the possibility of replacing TVFQ with TV 5 and, by satellite, of making this programming available to both Canadian and American cable companies.

Also, as you know, when the CBC submitted its brief to the Caplan-Sauvageau Task Force last week, it announced that for some time it had been studying the idea of converting its Windsor station into a North American superstation. To do that, in our view, we would need only to strengthen programming, once again in cooperation with other Canadian broadcasters and producers, and to direct it to American and Canadian cable television systems by satellite. We might also think of enhancing this programming with a number of programs from other countries.

The CBC has also been approached in this connection by such groups as EUROPA, which was recently formed by the television services in Holland, West Germany, Italy, Ireland and Portugal. EUROPA has been broadcasting in Holland since last October and will soon provide all of Europe with five hours of programming nightly in four languages: English, German, Portuguese and Dutch.

I expect you are aware of the CBC's shortwave service. Radio Canada International broadcasts in 12 languages to an audience of about 12 million people a week. Thanks to a Canadian government policy, responsibility for the programs of RCI rests entirely with the CBC.

Through the Minister of External Affairs, the government advises the CBC only as to the countries and languages regarded as priorities.

We should also congratulate ourselves, and congratulate successive governments, for making this international radio service a normal radio service, which not only is not an official information or propaganda agency, but which is also not perceived as being one. We can even foresee that in coming years other countries will follow the same trend, except no doubt for the totalitarian countries. It will be a matter of credibility.

In the same spirit, we can also congratulate the Ministers of Communications of Canada and Quebec, Messrs. Masse and French, for the attitude taken by their governments toward TV 5. The Consortium is an independent broadcasting agency. Naturally, it operates under an agreement concluded with the two governments, in accordance with which the Consortium must report on its budget and its results.

Every Monday evening, our programs will be watched in Europe. In about one year, if the experiment is deemed satisfactory and if resources are available, the programming will still include shows, films and documentaries, but also perhaps a press review and excerpts from news broadcasts.

For the first time, we will have an audience in Europe, which will be small in the beginning, but is likely to increase considerably with the rapid expansion of cable on the European continent and the possibilities offered by satellite.

Still, from the outset, this audience will be hundreds of thousands of times larger than the one we have at present in Europe with the existing media.

In my opinion, that's reason enough for hoping that Canadian participation in TV 5 will continue. This venture will have all the more chances of success if it can count on the tangible support of the business world. On behalf of my colleagues in the Quebec-Canada Consortium, I thank you once again for making this platform available to us so that we could tell you about this undertaking on which we intend to work with imagination and enthusiasm.

C'est là, me semble-t-il, une raison suffisante pour souhaiter que la participation canadienne à TV 5 se poursuive. Cette entreprise aura d'autant plus de chance de réussir qu'elle pourra compter sur l'appui tangible du monde des affaires. Au nom de mes collègues du Consortium Québec-Canada, je vous remercie encore une fois de nous avoir offert votre tribune pour vous faire part de cette entreprise à laquelle nous avons bien l'intention de travailler avec imagination et enthousiasme.



La francophonie à l'heure du satellite

Notes pour une causerie du
président de la SRC, Pierre Juneau

le 20 janvier 1986

Chambre de commerce française au Canada
Montréal

À l'heure même où nous nous parlons débute en Europe une soirée canadienne de télévision en langue française distribuée par satellite et par câble - des émissions que vous avez pu voir ici et qui sont présentées à nos amis européens sur la chaîne TV 5. Ce programme hebdomadaire est préparé et présenté par un groupe récemment formé, le Consortium de télévision Québec-Canada, comprenant Radio-Québec, TV Ontario, Télé-Métropole, Télé-Capitale, l'Office national du film, Cogeco, les producteurs indépendants du Québec et la Société Radio-Canada.

Une large part du mérite de cette initiative de télévision francophone internationale revient aux ministres des Communications du Canada et du Québec. Il y a eu d'abord une invitation officielle faite à la fin de 1984 par l'Ambassade de France à la suite d'une proposition du conseil de coopération de TV 5. On invitait alors les ministres du Canada et du Québec à proposer un partenaire canadien qui se joindrait à TV 5. Les deux ministres, par l'entremise de leurs fonctionnaires, encouragèrent la mise sur pied d'un groupe de radiodiffuseurs et de producteurs d'émissions canadiennes qui représenterait le mieux possible tous les aspects de la télévision francophone au Canada. Ceci a abouti à la création du Consortium de télévision Québec-Canada.

C'est donc en avril 1985 que messieurs Masse et Bertrand annonçaient à leur homologue français, M. Fillioud, que le Canada était prêt à participer au service TV 5.

Je veux remercier la Chambre de commerce française au Canada de m'avoir invité à parler de cette réalisation au moment même où elle prend forme.

Le titre de cette courte causerie est un peu ambitieux: la francophonie à l'heure du satellite. En fait, je vous parlerai surtout de cette nouvelle entreprise Québec-Canada et de la chaîne européenne TV 5 dont le Canada fait maintenant partie.

Cependant, il est indispensable que nous nous rendions compte, comme Canadiens francophones ou anglophones, de ce qui est en train de se passer dans le monde de la télévision à cause des satellites, à savoir que la télévision devient rapidement internationale. D'une certaine façon, il n'y a rien là de très nouveau pour nous du Québec, ou pour nous Canadiens des autres provinces.

Non seulement sommes-nous depuis longtemps les plus gros importateurs d'émissions américaines au monde, mais les ondes américaines traversent abondamment nos frontières depuis quelque 40 ans tout le long du 49e parallèle et sont captées par les Canadiens directement ou par l'intermédiaire du câble.

De plus, les satellites régionaux des États-Unis mettent maintenant des dizaines et des dizaines de signaux de télévision à la disposition de tout Canadien qui peut se procurer une antenne parabolique, dite "soucoupe", pour un prix moyen de 1 500 dollars. On compte actuellement quelque 200 000 antennes paraboliques en service au Canada.

L'avènement de satellites régionaux en Europe, combiné à celui du câble - et d'ici peu à celui de satellites régionaux de diffusion directe - va créer une télévision intercontinentale et non seulement internationale au sens nord américain du terme.

Déjà, quelques entreprises internationales ou multinationales de télévision sont disponibles en Europe en provenance des États-Unis ou d'Angleterre. Les principales sont celles de Ruppert Murdoch, de Ted Turner et aussi le réseau CBS.

Ce n'est pas un cri d'alarme que je lance ici. C'est plutôt une invitation à l'action. L'entreprise TV 5 est modeste sans doute pour le moment mais elle est positive et nous permet, avec nos partenaires français, belges et suisses, d'entrer tôt dans ce nouveau marché qui s'ouvre pour nos émissions.

Le Consortim Québec-Canada représente aussi une entreprise de collaboration entre divers radiodiffuseurs et producteurs canadiens, entreprise qui me semble des plus intéressante surtout si on y ajoute la collaboration du consortium avec nos amis et collègues européens.

Nous offrons donc un service de télévision en langue française aux abonnés du câble en Europe: 3 millions de prises actuellement, dont le tiers dans des régions de langue française. C'est un auditoire restreint pour l'instant, mais qui représente déjà le double des foyers francophones abonnés au câble au Canada. Quant aux foyers francophones abonnés au câble en Europe, ils sont à peu près aussi nombreux que les abonnés francophones au Canada.

L'initiative de cette nouvelle chaîne européenne de télévision date de deux ans et le mérite en revient à nos collègues des chaînes publiques de France, de Belgique et de Suisse, c'est-à-dire TF 1, Antenne 2, FR 3, la Radio Télévision Belge de langue française et la Radio Télévision Suisse Romande.

À leur invitation, nous nous sommes joints à eux. Le lundi 6 janvier, de 19 h à 22 h, heure de Greenwich, avait lieu la première soirée canadienne.

Quatre soirées de la semaine sont programmées par les télévisions françaises, une soirée par le Consortium Québec-Canada, une soirée par la télévision belge de langue française et une soirée par la télévision suisse romande.

Le Consortium de télévision Québec-Canada est un organisme à but non lucratif. Comme Radio-Canada, Radio-Québec et TV Ontario, ce consortium est financé en grande partie par des subventions gouvernementales spéciales, en l'occurrence du Canada et du Québec. Il y a aussi une contribution financière, mais minoritaire, des organismes qui forment le Consortium. Ces diverses ressources financières permettent au Consortium de participer au coût de location du satellite et aussi à défrayer le coût de la programmation, du transcodage et du transport des émissions.

Le Consortium envisage également de défrayer une partie des coûts du service par la réclame publicitaire, provenant tant d'entreprises canadiennes que françaises. Voilà, le message est lancé et j'espère que de nombreuses entreprises seront intéressées. Le Consortium mettra sur pied un service de vente qui sans doute prendra contact avec les entreprises intéressées.

Les participants font don de leurs émissions mais paient à même les ressources du Consortium des redevances aux ayant droit de l'Union des artistes, de la SARDEC et de la Fédération des musiciens. Ces associations ont d'ailleurs accepté - et je tiens ici à les en remercier publiquement - des conditions minimales de redevances pour favoriser le succès de cette entreprise qui ouvre aux produits télévisuels canadiens une "fenêtre sur l'Europe". Leurs collègues européens avaient eux aussi accepté des conditions identiques au début du service. Seule ombre au tableau, la SODRAC qui a, jusqu'ici, refusé les offres qui lui étaient faites; si aucune entente raisonnable n'est conclue, l'expérience pourrait être dangereusement compromise.

L'entente du Consortium Québec-Canada avec nos collègues européens vaut pour un an. Sa poursuite dépendra en somme de l'évaluation qu'on en fera, du financement bien sûr et des ententes à renouveler avec les ayant droit.

Le Consortium siège au Conseil d'administration de TV 5 à Paris, lequel est présidé par monsieur Paul Peyre, anciennement de la chaîne française Antenne 2.

Moins de 5 pour cent du budget de TV 5 en Europe provient de recettes publicitaires. C'est peu encore et cela tient en partie au fait que l'auditoire pour le moment n'est pas très considérable : trois millions de prises en tout dans 12 pays d'Europe et au Maroc.

Selon un récent sondage SOFRES, réalisé dans trois pays européens recevant TV 5, près de 2,5 pour cent des foyers qui ont accès à TV 5 regardent effectivement TV 5 au cours d'une soirée type; signe plus encourageant encore: au cours d'une semaine, 14 pour cent des personnes interrogées avaient regardé TV 5 au moins une fois. Tout porte à croire que la notoriété du service, et le nombre de téléspectateurs, sont appelés à croître.

Par comparaison, il y a environ 1,1 million de foyers francophones abonnés au câble au Canada dont 975 000 au Québec. Cependant, on prévoit en France 5 millions de prises en 1990 selon le plan câble.

Tout ceci est sans doute intéressant mais à quoi ressemblera cette soirée canadienne en Europe ? Comme les autres soirées françaises, belges ou suisses, elle sera composée d'émissions existantes provenant des organismes participants. La meilleure façon de vous la décrire est peut-être de vous montrer un montage de présentation des membres du consortium ainsi qu'une courte bande annonce.

BANDE ANNONCE : 10 minutes environ.

J'ai parlé plus tôt du caractère intercontinental que prend progressivement la télévision dans le monde. On sait, à ce sujet, que, depuis 1979, on importe au Québec une programmation entière venant des trois chaînes françaises : il s'agit de TVFQ, connue aussi sous le nom de Canal 99.

On étudie à l'heure actuelle la possibilité de remplacer TVFQ par la programmation de TV 5, et par satellite, de mettre cette programmation à la disposition des entreprises de câble tant canadiennes qu'américaines.

D'autre part, comme vous le savez, la Société Radio-Canada a annoncé la semaine dernière, en rendant public son mémoire au groupe Caplan-Sauvageau, qu'elle étudiait depuis quelque temps l'idée de convertir sa station de Windsor en supersation nord-américaine. Il suffirait pour cela, pensons-nous, de renforcer la programmation, là aussi en collaboration avec les autres diffuseurs et producteurs canadiens et, par satellite, de la diriger vers les câblodistributeurs américains et canadiens. On peut aussi imaginer une programmation enrichie par une certaine proportion d'émissions provenant d'autres pays.

Radio-Canada a aussi été approchée par un autre groupe européen, le groupe EUROPA, récemment formé par les télévisions de Hollande, d'Allemagne de l'Ouest, d'Italie, d'Irlande et du Portugal. EUROPA diffuse sur la Hollande depuis octobre dernier, et bientôt sur presque toute l'Europe, cinq heures de programmation par soir en quatre langues: l'anglais, l'allemand, le portugais et le néerlandais.

Vous connaissez aussi sans doute le cas des ondes courtes. Radio Canada International diffuse en 12 langues et rejoint un auditoire approximatif de 12 millions de personnes par semaine. Grâce à une politique du gouvernement canadien, ce service relève au point de vue de ses émissions entièrement de Radio-Canada. Le gouvernement, par l'entremise du ministre des Affaires extérieures, conseille Radio-Canada, seulement quant aux pays et aux langues jugés prioritaires.

Nous devons nous féliciter, et féliciter les gouvernements successifs, d'avoir fait de cette radio internationale une radio normale qui non seulement n'est pas un organisme d'information officielle ou de propagande, mais qui n'est pas perçu comme tel. On peut même prévoir que, dans quelques années, les autres pays iront dans ce sens, sauf sans doute pour les pays totalitaires. Ce sera une question de crédibilité.

Dans le même esprit, on doit aussi féliciter les ministres canadien et québécois, messieurs Masse et French, de l'attitude de leur gouvernement respectif à l'égard de TV 5. Le Consortium est un organisme indépendant de radiodiffusion. Naturellement, il fonctionne à l'intérieur d'une entente avec les deux gouvernements selon laquelle il doit rendre des comptes quant à ses budgets et à ses résultats.

Chaque lundi soir, nos émissions rejoindront l'Europe. Dans un an environ, si l'expérience est jugée satisfaisante et si les moyens sont disponibles, la programmation comportera toujours des spectacles, des films et des documentaires mais peut-être aussi une revue de presse et des extraits de magazines d'information.

Pour la première fois, nous aurons un auditoire en Europe, restreint au départ, mais susceptible d'augmenter considérablement avec l'expansion rapide du câble sur le continent européen et les possibilités offertes par le satellite.

Dès le départ, cependant, cet auditoire sera des centaines de milliers de fois plus considérable que celui que nous avons présentement en Europe par l'intermédiaire des médias existants.

CAI
BC
- 577



The Future of the CBC as a Creative Organization



Notes for an address by Pierre Juneau,
President of the CBC,
at Ryerson Polytechnical Institute,
Toronto, Ontario
March 6, 1986

For almost 40 years now, Ryerson has been a training centre for young people interested in a broadcasting career. Because of the remarkable way it has accomplished its mission and no doubt because of the quality of its leaders it has also become a very important forum for the discussion of broadcasting issues.

I want to discuss some of these issues with you today.

The focus of attention this year has been on the Caplan-Sauvageau Task Force. This is quite proper. The mandate of the Task Force is very important and we all know that the members have been working very hard to fulfill the terms of a broad mandate in a very short time.

However, many other factors will have an impact on the CBC and its future: the funding of the CBC; the importance given to the CBC and public broadcasting as guarantees of cultural sovereignty in the context of freer trade with the United States; the economic policy of the country and the efforts to reduce government expenditures and the

annual deficit; the balance between public and private enterprise as means of developing Canadian broadcasting and Canadian culture in general; the success the CBC and its 21 staff unions and associations will have in achieving effective agreements which take into account both job security concerns and contemporary realities; the policy discussions that will follow the report of the Caplan-Sauvageau Task Force; the ability of the CBC to continually renew itself, while preserving its best traditions of public service; the ability of the CBC to remain creative and to improve its efficiency, effectiveness and productivity.

Therefore public attention and discussion must remain focussed on the role and the importance of public broadcasting for the future of Canada.

We all know the saying that the price of liberty is constant vigilance. In fact, the cost of maintaining all important human values in our society is constant attention and care. We would not be having royal commissions and task forces and parliamentary committees on broadcasting every second year if our only concern was to ensure that broadcasters make money and that we can continue to advertise detergents or snow tires on television. Such things are quite secure. But cultural values will always be insecure because their payoff is not immediate and obvious. Therefore they will always be under discussion. They will always be debated.

The President of the CBC and his colleagues of the Board of Directors are the trustees of this important public institution. The President has an obligation to keep the public informed about the important issues that affect the Corporation, the service that it offers to Canadians, and the extent to which the objectives established by Parliament are being implemented or put in jeopardy.

In recent months I have expressed concern about the impact of budget reductions on the essential services of the CBC. But today I don't want to talk mainly about the finances of the CBC. They still present an extremely difficult problem, however, which is currently receiving a great deal of attention on our part and on the part of the Minister of Communications and the Treasury Board. Although the next fiscal year is almost upon us, the situation is still not clear and we are not ready yet to announce how our services next year will be affected by our financial problems. But I fear they will be affected and this will be very sad. While it may not be possible to increase or improve CBC services as they should be improved as we wait for the Caplan-Sauvageau report and a new government policy, I would hope that those services could at least be maintained at their present level.

But let me turn to the major topic I want to talk to you about today: the future of the CBC as a creative organization.

We have heard some very pessimistic views on the CBC in recent years. I suppose few people have heard more of these than I have.

The CBC has been portrayed as a large structure that cannot be changed and cannot change itself. It is said to be too big; too top heavy in management; insensitive to public opinion; its unions too inflexible and too self-protective. In a word, the CBC is accused of being incapable of renewal.

This myth does not stand up to examination. I can perhaps speak with some objectivity because I have not been in the CBC very long. Just a little over three years. I can testify that it is a generous and lively organization with an amazing capacity for self-renewal and for creativity.

I believe that it can be demonstrated that the CBC has renewed itself in several different ways:

- in its programming and success with Canadian audiences,
- in its management of a difficult economic environment,
- in its sales practices,
- in its relationship with the private production sector.

Let's look at the facts -- for instance the current season on our English television network.

Once again there have been increases in the quantity and quality of Canadian programming and an even more enthusiastic response in the media.

The Star's Sid Adilman said: "Despite budget cuts and the doomsayers, CBC-TV is having a terrific season -- maybe the best in a decade." To prove his point, Adilman points out the audience success and the creativity of such programs as THE JOURNAL, THE NATURE OF THINGS, FINAL OFFER, Toller Cranston's TRUE GIFT OF CHRISTMAS, ANNE OF GREEN GABLES, OWL TV, THE ELEPHANT SHOW, TEARS ARE NOT ENOUGH and VIDEO HITS. To which I would add THE FIFTH ESTATE, MARKET PLACE, MAN ALIVE and VENTURE, all of which have increased their audiences this season.

SEEING THINGS started the season with an amazing 1,802,000 viewers.

RACCOONS, an independent production, is averaging nearly two million.

Sunday night drama has received critical acclaim with the least viewed shows generally getting 1 million viewers and the more successful upwards of 2 million. All other regular series are holding their own with last year.

We have also received tremendous critical acclaim for new children's series -- all done in the independent sector -- OWL TV, DURRELL IN RUSSIA, VID KIDS, and returning series EDISON TWINS, KIDS OF DEGRASSI STREET, etc. We have moved some of these series to Sunday between 5:00 p.m. - 6:00 p.m. where they have doubled their audience from previous late afternoon weekday viewing.

I draw your attention also to some of the extraordinary successes of our French television network. Too often people talk of CBC television as if its French services did not exist or indeed as if our French speaking audience did not exist.

But the success of some of the drama programming on our French television network is nothing less than staggering. It is a North American phenomenon. It beats any comparable successes of CBS, NBC or ABC. For instance, in the U.S. market, The Cosby Show, this year's runaway winner, gets a rating of just over 30% of all households. But a CBC French network series, LE TEMPS D'UNE PAIX, regularly gets a 40% rating in its market, and it is not a unique case.

We also do well with our regional programming. Two million people watch the English and French supper hour shows on our regional stations every day. The CBC ranks first in St. John's, Windsor, Winnipeg and Calgary, and a close second in Toronto and Edmonton.

Something else the CBC has been criticized for is not paying enough attention to the part of its mandate that requires it to reflect Canadian identity and to contribute to national unity. Certainly the Corporation must stay away from political propaganda of any sort. But what better contribution to national unity is there than showing Canadians what they themselves do; than being there when they do something important; when they have fun, or when they celebrate.

Our coverage of elections and political conventions is complete and unsurpassed.

National conferences and federal-provincial meetings: who else brings them to you complete, gavel to gavel?

Carnivals and festivals such as Klondike Days in Edmonton, the Festival Acadien de Caraquet, Old Home Week in Charlottetown, and the Quebec Winter Carnival.

The Canada Summer Games in St. John, New Brunswick, or the Winter Games in Sydney.

The Calgary Stampede.

Canada Day, in Ottawa and across the country.

Can the CBC "shake itself up" and be more businesslike in its commercial activities? Let's also look at the facts in that area.

In 1981-82, our gross revenue from sales was \$131 million. This year we are projecting \$217 million, an increase of 65% or \$86 million in four years. Needless to say we're going to keep on looking for new sources of commercial revenue.

What about ideas for the future of broadcasting? Here is what some of the newspapers had to say about our recently published brief to the Caplan-Sauvageau Task Force on Broadcasting. "The CBC has discovered an impressive new raison d'être" said the Globe and Mail. The Moncton Times Transcript called the CBC brief "...imaginative and well worth favourable consideration." "The right way to go", said the Montreal Gazette. La Presse said the brief "...contains a wealth of interesting, thoughtful and carefully structured ideas."

But what about the costs? Can the CBC do something to reduce its costs? Is it able to improve in that area? First of all let us remind ourselves that for the 24 cents per day per household that taxpayers provide -- less than the price of a weekday newspaper -- the CBC operates 2 television networks and 30 regional television stations; 4 radio networks and 46 regional radio centres; 2 satellite to cable networks for the House of Commons service; Northern radio and television in 7 languages; an international shortwave service in 12 languages; closed captioning of television programs for the hearing impaired; one of the world's largest distribution networks with 10 satellite transponders and over 1300 radio and television transmitters.

Costs have been reduced drastically. This is being done with the least possible reduction in programs or in other services to the public.

But as a result of various budget decisions we have to face a further shortfall of approximately 60 million dollars in 1986-87.

The CBC has certainly done its share already to reduce the government deficit. I would not be surprised if we had effected more staff reductions than any other government supported organization. We have eliminated 1150 positions this year. 350 actual lay-offs have taken place. Our managers and our staff have done a very competent job in handling the difficult task of reducing expenditures to meet budgetary shortfalls without affecting programming too severely.

However, we don't think we can handle more reductions without a severe effect on programs and services to the public, and of course, further staff compressions.

We are looking very actively at this situation. It is easy for outside commentators to say that the CBC is providing too many services. It is not so easy to find services which the public and its elected representatives at the local, provincial or federal levels are willing to see disappear.

Since more internal redirections of funds have become almost impossible, in the end there are only three options that can be considered during this period:

- some additional funding from the government,
- major reductions in services, programs and staff, all at the national and regional level,
- increased commercial revenue.

It is, of course, difficult for the government to provide additional funds at this time. Whatever the combination of options might be, no doubt some reductions will, in the end, be inevitable.

But let's get back to more positive matters.

Perhaps one of the most remarkable demonstrations of the ability of the CBC to evolve and to adopt new attitudes has been its very much increased co-operation with private television program producers and feature film producers.

In the last three years we have undertaken 298 projects with Telefilm and private producers: about 700 hours of programming including 35 feature length films either completed or in production. This represents an investment of \$45 million by the CBC in English and French programs. The results are on the screen. 35% of CBC prime time drama and entertainment programming now comes from the private sector.

And the quality has been exceptional. Just think of ANNE OF GREEN GABLES on the English network (and now on PBS) and MARIA CHAPDELAINE on the French network (and also on Antenne 2 in France.) Both truly Canadian stories.

The success of these programs illustrates well the fact that the cultural milieu has expanded remarkably in this country, both in English-speaking and in French-speaking Canada. Creativity in filmmaking or television production is no longer confined - if it ever was - to the CBC or to the National Film Board. Fortunately, both these institutions are now part of a larger Canadian creative community. What is needed therefore is a lively exchange of ideas and projects, a constant co-operation, a sort of osmosis between the CBC and the private production community, a partnership. That is why the CBC has committed itself to the idea of farming out 50% of its dramatic and children's programs to private producers.

There is some resistance in the CBC to this position, not a great deal, but some. I frankly think such an attitude is unrealistic and contrary to the best interests of the CBC and its staff. One of our collective agreements, for instance, requires the Corporation at all times to keep on staff a minimum of 2103 members of the bargaining unit, without regard for the economic and financial policy of the government or the budget of the CBC. According to the present

agreement, if this figure is not maintained, then the Corporation must stop all production with private producers. Since this course of action would be clearly impossible and, indeed, irresponsible, an obligation which makes one particular bargaining unit invulnerable means that when budgets must be cut the impact falls disproportionately on members of the other bargaining units. This, we think, is unfair, unrealistic and unacceptable.

Equally unfair and unrealistic and, I would add, unproductive, would be to transfer to private companies all the creative work that now takes place in the CBC. The Board of Directors of the CBC is just as much committed to the idea of maintaining the CBC as a creative production institution as it is to co-operation with private producers. The creative, technical and managerial staff of the CBC has demonstrated constantly over the years, and again in the current year, that it is as creative and cost effective as any other organization in the public or private sector. In this country or elsewhere our programs in news, public affairs, sports, drama, and our programs for children in English or in French, are there to prove it. Their success with audiences, with advertisers and with commentators is well-demonstrated.

It would be unfair and unethical to tell people who have contributed to the development and success of a public service like the CBC that they have no future in this institution for some ideological reason that is not founded on facts.

The view that we have expressed before and that we have expressed to the Caplan-Sauvageau Task Force is that the CBC must not become a bureaucratic shell handing out contracts to outside producers -- a scheduling bureaucracy. There must remain in this institution what some people call a "critical mass" of creative producers, technicians and programmers to maintain it as a lively organization capable of a creative and vital relationship with outside producers.

The Corporation has therefore assured its staff, and I want to stress that again today, that it will strive for the highest possible degree of individual job security, consistent with the need to adjust the composition and size of the workforce to meet changing requirements. We must recognize however that real long term job security can only be achieved through the development of an organization that provides high quality services at a reasonable cost to the taxpaying public. This requires the CBC to continually adjust its way of doing things so as to be as productive as possible. A case in point is that of certain conditions in collective agreements, some of which came into existence some 30 years ago. These must keep pace with the rapid evolution of the programming, production and operational environment, thereby making us more efficient and productive.

Those agreements must reflect our policy of being more open to co-production with provincial agencies, other broadcasters and private production companies under the Telefilm Fund.

I want to stress again, however, that we are firmly committed both to in-house production and to programs from private producers. It is not a question of cutting internal production in order to transfer it to the private sector, or cutting purchases from independents to protect the CBC's own employees. The fact is that budget cuts of the scale we have experienced recently require an adjustment on everybody's part.

These are difficult times for the CBC. On the one hand there is uncertainty resulting from policy reviews and on the other hand, very obvious budget compressions. This results in painful frustration for creative people working inside or outside the CBC. Our national broadcasting objectives have existed for a long time; they are more and more imperative if we are to sustain our national sovereignty; we know Canada has the creative talent to do it, the producers, the writers, the technical skills. But for the time being the financial resources are not available.

During these difficult circumstances, it is important that we manage this vital institution as wisely and as effectively as possible, however difficult it may be.

We intend to show that the job can be done, for the benefit and joy of all Canadians, with reasonable financial support.

Arthur Lower, a famous Canadian historian, said: "Canadian development might be characterized as the achievement of successive impossibilities."

Many of the things CBC people are doing now in Toronto, Montreal, Calgary or Moncton would have been characterized as impossibilities some years ago. Yet, they are being done.

Young people like you, if given a bit of encouragement, will be able to do even more in the years to come.



L'avenir de Radio-Canada en tant qu'entreprise créatrice

Notes pour une allocution
du président de la SRC,
Pierre Juneau,
à l'Institut polytechnique Ryerson
Toronto (Ontario)
le 6 mars 1986

Depuis près de quarante années, Ryerson offre une formation spécialisée aux jeunes qu'une carrière en radiotélévision attire. Grâce à la façon remarquable dont l'Institut s'acquitte de cette tâche et grâce également, sans aucun doute, à la qualité de sa direction, il est également devenu un forum important pour discuter de questions relatives à la radiotélédiffusion.

J'aimerais examiner certaines de ces questions avec vous aujourd'hui.

Cette année, c'est le Groupe de travail Caplan-Sauvageau qui a été le centre d'attention. Et cela est bien normal. Le mandat du Groupe de travail est extrêmement important et nous savons tous que ses membres ont travaillé très fort pour mener à bien une vaste mission dans un délai très court.

Mais bien d'autres facteurs auront des conséquences sur Radio-Canada et sur son avenir: le financement de la Société; l'importance que l'on accordera à Radio-Canada et à la radiotélévision publique pour garantir la souveraineté culturelle de notre pays dans le contexte d'une libéralisation des échanges avec les États-Unis; la politique économique du pays et les efforts de compression des dépenses du gouvernement et de réduction du déficit annuel; l'équilibre entre les secteurs public et privé pour assurer le développement de la radiotélévision canadienne et de la culture en général; les résultats que Radio-Canada et ses 21 syndicats et associations d'employés obtiendront dans la négociation de conventions qui tiennent compte à la fois des préoccupations de sécurité d'emploi et des réalités actuelles; le débat politique qui suivra la présentation du rapport du Groupe de travail Caplan-Sauvageau; l'aptitude de Radio-Canada à se renouveler constamment, tout en sauvegardant ses meilleures traditions de service public; la capacité de Radio-Canada de préserver sa créativité et d'améliorer son efficacité, son efficience et sa productivité.

Le public devra donc continuer à s'intéresser au rôle et à l'importance de la radiotélévision publique dans l'avenir du Canada; il devra continuer à débattre la question.

Comme le veut le dicton bien connu, la liberté a pour prix une constante vigilance. En fait, la préservation de toutes les valeurs humaines importantes de notre société exigent une attention et un soin constants. Il n'y aurait pas de commissions royales d'enquête, de groupes de travail ni de comités parlementaires sur la radiotélévision tous les deux ou trois ans si notre seule préoccupation était de nous assurer que les diffuseurs font de l'argent et que nous pouvons continuer à passer de la publicité pour les détergents ou les pneus à neige à la télévision. Ce genre de choses est à peu près garanti. Par contre, nos valeurs culturelles seront toujours menacées car le bénéfice qu'elles procurent n'est ni immédiat, ni évident. Elles feront donc toujours l'objet de discussions. Elles seront toujours débattues.

Le président de Radio-Canada et ses collègues du Conseil d'administration sont les fiduciaires de cette importante institution publique. Le président a donc l'obligation de tenir le public au courant des grandes questions qui touchent la Société Radio-Canada et le service qu'elle offre aux Canadiens, et de lui faire savoir dans quelle mesure les objectifs établis par le Parlement sont respectés, ou, au contraire, compromis.

Au cours des derniers mois, j'ai exprimé mes inquiétudes sur les conséquences que les compressions budgétaires pourraient avoir sur les services essentiels de Radio-Canada. Aujourd'hui, je ne veux pas limiter mes propos aux finances, même si celles-ci posent toujours un problème extrêmement difficile auquel nous-mêmes ainsi que le ministre des Communications et le Conseil du Trésor consacrons beaucoup d'attention. Et bien que nous ne soyons qu'à quelques semaines du prochain exercice, la situation n'est toujours pas claire et nous ne sommes pas encore prêts à annoncer dans quelle mesure nos services souffriront des difficultés financières de l'année prochaine. Je crains, cependant, que nos services ne soient effectivement touchés, et ce serait vraiment regrettable. Bien sûr, on peut admettre qu'il ne soit pas possible d'accroître ou d'améliorer les services de Radio-Canada, comme il conviendrait de le faire, en attendant le rapport Caplan-Sauvageau et la nouvelle politique gouvernementale; mais, par contre, j'aurais au moins espéré pouvoir maintenir ces services à leur niveau actuel.

Mais revenons au principal sujet dont je voudrais vous entretenir aujourd'hui: l'avenir de Radio-Canada en tant qu'entreprise créatrice.

Au cours des dernières années, on a exprimé toutes sortes d'opinions très pessimistes sur Radio-Canada. Je ne crois pas qu'il y ait grand monde qui en ait entendues davantage que moi.

On a dit de Radio-Canada que c'était une vaste organisation qui ne peut ni être changée, ni se changer elle-même. Ou encore qu'elle était trop grande; que son administration était trop lourde; qu'elle faisait trop peu de cas de l'opinion publique; que ses syndicats étaient trop rigides et trop préoccupés par leurs propres intérêts. En un mot, on a accusé Radio-Canada d'être incapable de se renouveler.

Mais ce mythe ne résiste pas à l'examen. Je crois pouvoir être relativement objectif, étant donné que je ne suis pas à Radio-Canada depuis très longtemps. À peine plus de trois ans. Je puis attester qu'il s'agit d'un organisme généreux et vivant, doué d'une étonnante capacité d'auto-renouvellement et de créativité.

J'estime que l'on peut prouver que Radio-Canada s'est renouvelée de diverses façons:

- dans sa programmation et ses succès auprès des auditoires canadiens
- dans sa façon de faire face à une conjoncture difficile
- dans ses méthodes de ventes
- dans ses rapports avec le secteur privé de la production.

Mais voyons les faits. Prenons par exemple la saison actuelle de notre réseau de télévision anglais.

Encore une fois, nous avons augmenté le nombre et la qualité de nos émissions canadiennes et suscité une réaction plus enthousiaste que jamais dans les médias.

Sid Adilman, du Toronto Star, a déclaré: [Traduction libre] "En dépit des compressions budgétaires et des présages d'oiseaux de mauvaise augure, la télévision de Radio-Canada nous offre une saison extraordinaire - peut-être la meilleure des dix dernières années." Et pour étayer son argument, Adilman invoque les grandes qualités et le succès d'émissions comme THE JOURNAL, THE NATURE OF THINGS, FINAL OFFER, TRUE GIFT OF CHRISTMAS de Toller Cranston, ANNE OF GREEN GABLES, OWL TV, THE ELEPHANT SHOW, TEARS ARE NOT ENOUGH et VIDEO HITS. Et je pourrais rajouter à cette liste des émissions comme THE FIFTH ESTATE, MARKET PLACE, MAN ALIVE et VENTURE, qui ont toutes augmenté leur auditoire au cours de cette saison.

SEEING THINGS a commencé la saison avec un auditoire extraordinaire de 1 802 000 téléspectateurs.

RACCOONS, une production indépendante, attire en moyenne près de 2 millions de téléspectateurs.

Les dramatiques du dimanche soir ont été fort bien reçues, les émissions les moins regardées atteignant en général 1 million de téléspectateurs, et les plus populaires près de 2 millions. Toutes les autres séries habituelles maintiennent leur cote d'écoute de l'année dernière.

Nous avons également reçu un excellent accueil avec nos nouvelles séries pour enfants OWL TV, DURRELL IN RUSSIA, VID KIDS, et des séries régulières comme EDISON TWINS, KIDS OF DEGRASSI STREET, etc. -- toutes faites par le secteur privé. Nous avons déplacé certaines de ces séries pour les diffuser le dimanche entre 17 h et 18 h, ce qui a permis de doubler leur auditoire par rapport à celui qu'elles atteignaient auparavant les jours de semaine, en fin d'après-midi.

J'aimerais également attirer votre attention sur certains des succès extraordinaires de notre réseau français de télévision. Les gens parlent trop souvent de CBC comme si les services français n'existaient pas, ou, en fait, comme si notre auditoire francophone n'existait pas.

Or, le succès qu'ont connu certaines dramatiques de notre réseau français de télévision est tout simplement stupéfiant. Il s'agit d'un phénomène unique en Amérique du Nord. Leurs résultats surpassent tous les succès comparables de CBS, NBC ou ABC. Par exemple, sur le marché

américain, le Cosby Show, qui s'est classé en tête, obtient une cote d'à peine plus de 30 pour cent de tous les foyers. Alors que la série du réseau français, LE TEMPS D'UNE PAIX, rejoint régulièrement plus de 40 pour cent des foyers dans son marché, et il ne s'agit pas d'un cas isolé.

Notre programmation régionale se porte bien également. Chaque jour, deux millions de téléspectateurs suivent les émissions d'information présentées en début de soirée par nos stations régionales, en français et en anglais. Radio-Canada arrive en première position à Saint-Jean-de-Terre-Neuve, Windsor, Winnipeg et Calgary, et se place bonne deuxième à Toronto et Edmonton.

On a parfois reproché aussi à Radio-Canada de ne pas se préoccuper suffisamment de l'aspect de son mandat qui exige qu'elle exprime l'identité canadienne et contribue à l'unité nationale. Bien entendu, la Société doit se garder de toute propagande politique. Mais peut-on imaginer meilleure façon de contribuer à l'unité nationale qu'en montrant aux Canadiens ce qu'ils font eux-mêmes; en étant là lorsqu'ils accomplissent quelque chose d'important; lorsqu'ils s'amusent ou lorsqu'ils célèbrent une occasion.

Lors d'élections ou de congrès politiques, notre couverture est complète et sans égale.

Lorsqu'ont lieu des conférences nationales ou des conférences fédérales-provinciales, qui d'autre vous les retransmet en entier, d'un bout à l'autre?

Et nous suivons les carnavals et festivals, comme les Journées du Klondike à Edmonton, le Festival acadien de Caraquet, la "Old Home Week" à Charlottetown ou le Carnaval d'hiver de Québec.

Les Jeux d'été du Canada à Saint-Jean, au Nouveau-Brunswick, ou les Jeux d'hiver à Sydney.

Le Stampede de Calgary

La Fête du Canada, à Ottawa et dans tout le pays.

La Société Radio-Canada peut-elle "se secouer" et faire preuve de plus de professionnalisme dans ses activités commerciales? Voyons les faits dans ce domaine.

En 1981-1982, les recettes brutes tirées de nos ventes ont atteint 131 millions de dollars. Cette année, nous prévoyons réaliser 217 millions, soit une augmentation de 65 pour cent, ou de 86 millions en quatre ans. Il va sans dire que nous continuerons à rechercher de nouvelles sources de recettes commerciales.

Quant aux idées que nous avons avancées pour l'avenir de la radiotélévision, voilà ce que certains quotidiens ont dit du mémoire que nous avons présenté au Groupe de travail Caplan-Sauvageau sur la radiotélévision, et rendu public récemment: "Radio-Canada s'est découvert une nouvelle raison d'être impressionnante" disait le Globe and Mail. Le Moncton Times-Transcript, pour sa part, affirmait qu'il était "imaginatif et méritait que l'on y accorde une attention bienveillante". "La bonne marche à suivre", lisait-on dans la Gazette de Montréal ou encore "Il contient une matière abondante, réfléchie, structurée, intéressante" dans La Presse.

Que dire des coûts de Radio-Canada? La Société peut-elle les réduire? Peut-elle s'améliorer dans ce secteur? Avant tout, n'oublions pas que pour les 24 cents que les contribuables versent par jour, par ménage, soit moins que le prix d'un quotidien, Radio-Canada exploite 2 réseaux de télévision et 30 stations de télévision régionales; 4 réseaux radiophoniques et 46 centres radiophoniques régionaux; 2 réseaux du satellite au câble pour la retransmission des débats de la Chambre des communes; un service de radio et de télévision dans le Nord en 7 langues; un service international sur ondes courtes en 12 langues; un service de sous-titrage codé d'émissions de télévision pour les malentendants; un des réseaux de distribution les plus vastes au monde, constitué de 10 transpondeurs de satellites et de plus de 1 300 émetteurs de radio et de télévision.

Nous avons considérablement réduit les coûts, en évitant, autant que possible, de toucher à nos émissions et à nos autres services au public.

Mais, en raison de diverses mesures budgétaires, nous devons chercher à combler un manque à gagner d'environ 60 millions de dollars en 1986-1987.

Radio-Canada a certainement déjà fait sa part pour aider à réduire le déficit du gouvernement. Je ne serais pas surpris d'apprendre que nous avons davantage réduit notre effectif que tout autre organisme subventionné par l'État. Nous avons aboli 1 150 postes cette année. Nous avons licencié 350 personnes. Nos gestionnaires et notre personnel se sont très bien acquittés de la tâche difficile qui leur incombait. Il leur a fallu réduire les dépenses pour compenser le manque de crédits budgétaires, sans trop toucher à la programmation.

Mais, quoi qu'il en soit, nous ne pensons pas pouvoir absorber davantage de compressions sans que nos émissions et nos services au public n'en souffrent vraiment ni, évidemment, sans recourir à d'autres compressions de personnel.

Nous nous penchons très activement sur cette situation. Il est facile, pour des gens de l'extérieur, de dire que Radio-Canada fournit trop de services. Il n'est pas si facile, par contre, de trouver des services que le public et ses représentants élus, que ce soit à l'échelon local, provincial ou fédéral, voudraient bien accepter de perdre.

Comme il est devenu pratiquement impossible d'effectuer d'autres réorientations de fonds au sein de la Société, nous n'avons, en dernier ressort, que trois options à notre disposition pour passer à travers cette période difficile:

- obtenir davantage de fonds auprès du gouvernement,
- réduire considérablement nos services, nos émissions et notre effectif, aux niveaux national et régional,
- augmenter nos recettes commerciales.

Il est bien sûr difficile pour le gouvernement de nous octroyer davantage de crédits en ce moment. Mais quelle que soit la combinaison d'options que nous retiendrons, de nouvelles compressions seront sans nul doute inévitables.

Mais revenons à des propos plus positifs.

C'est probablement en augmentant considérablement sa collaboration avec les producteurs privés d'émissions de télévision et de longs métrages que Radio-Canada a le mieux su prouver qu'elle était capable d'évoluer et d'adopter de nouvelles attitudes.

Au cours des trois dernières années, nous avons entrepris 298 projets avec Téléfilm et les producteurs privés: environ 700 heures de programmation qui comprennent 35 longs métrages, certains étant achevés, d'autres encore en cours de production. Pour Radio-Canada, ceci représente un investissement de 45 millions de dollars dans des émissions en français et en anglais. Et on peut constater les résultats à l'écran. Trente-cinq pour cent des émissions de divertissement et des dramatiques diffusées aux heures de grande écoute proviennent actuellement du secteur privé.

Leur qualité s'est avérée exceptionnelle. Je me contenterai de citer MARIA CHAPDELAINE au réseau français (présenté également par Antenne-2 en France) et ANNE OF GREEN GABLES au réseau anglais (également repris par PBS), deux récits authentiquement canadiens.

Le succès remporté par ces émissions illustre bien l'expansion remarquable que le milieu culturel a connu dans notre pays, à la fois au Canada anglais et au Canada français. La créativité en production télévisuelle ou cinématographique n'est plus guère l'apanage -- si tant est qu'elle ne l'a jamais été -- de Radio-Canada ou de l'Office national du film. Heureusement, ces deux institutions font désormais partie d'une communauté créatrice canadienne plus vaste. Ce qu'il nous faut maintenant, c'est un échange vivant d'idées, et de projets, une

collaboration constante, une sorte d'osmose entre Radio-Canada et le milieu de la production privée, une association. C'est pourquoi Radio-Canada s'est engagée à confier 50 pour cent de ses dramatiques et de ses émissions jeunesse aux producteurs privés.

Cette nouvelle orientation rencontre une certaine résistance à l'intérieur même de Radio-Canada. Pas énormément, mais un peu quand même. J'estime franchement que c'est là faire preuve d'un manque de réalisme, et aller à l'encontre des meilleurs intérêts de la Société et de son personnel. L'une de nos conventions collectives, par exemple, exige que la Société garantisse, en tout temps, un emploi à au moins 2 103 des membres du groupement négociateur, quelles que soient les politiques économiques et financières du gouvernement, ou la situation budgétaire de Radio-Canada. Selon la convention actuelle, la Société doit cesser de confier toute production au secteur privé lorsque ce chiffre n'est pas atteint. Comme il serait de toute évidence impossible et, en fait, irresponsable d'agir ainsi, ce genre d'obligation qui rend un groupement négociateur particulier invulnérable signifie que, lorsque surviennent des compressions budgétaires, les autres groupements négociateurs en subissent les conséquences de façon disproportionnée. Nous estimons que cela est injuste, irréaliste et inacceptable.

Mais ce qui serait également injuste et irréaliste, et, je dirais même improductif, serait de remettre à l'entreprise privée tout le travail de création qui s'effectue actuellement à Radio-Canada. Le Conseil d'administration de Radio-Canada est tout autant acquis à l'idée de préserver les activités créatrices de Radio-Canada qu'à celle de coopérer avec les producteurs privés. Qu'il s'agisse de création, de technique ou d'administration, le personnel de Radio-Canada a toujours démontré, et c'est le cas encore cette année, qu'il peut être aussi créatif et aussi efficace que n'importe quel autre organisme du secteur public ou privé. Au pays comme ailleurs, nos émissions d'information, nos actualités, nos émissions sportives, nos dramatiques et nos émissions jeunesse, en français et en anglais, en témoignent. Le succès que notre programmation remporte auprès des auditoires, des commanditaires et des critiques ne fait absolument aucun doute.

Il serait injuste et immoral de dire à ceux et celles qui ont contribué au développement et au succès d'un service public comme Radio-Canada que, pour des raisons idéologiques qui ne sont pas fondées sur des faits, ils et elles n'ont aucun avenir dans cet organisme.

Ainsi que nous l'avons déjà dit, et répété au Groupe de travail Caplan-Sauvageau, Radio-Canada ne doit pas devenir une structure bureaucratique qui se contenterait de distribuer des contrats à des producteurs externes; une bureaucratie qui ne s'occuperait que d'établir les horaires de programmation. Notre organisme doit garder ce que certains appellent une "masse critique" de réalisateurs, de techniciens et de programmeurs talentueux pour demeurer un organisme vivant, capable de relations fructueuses et vitales avec les producteurs externes.

La Société a donc assuré à son personnel, et j'aimerais insister là-dessus encore une fois aujourd'hui, qu'elle s'efforcera de garantir à ses employés la plus grande sécurité d'emploi possible, compte tenu de la nécessité de modifier la composition et la taille de l'effectif en fonction de circonstances changeantes. Car nous devons malgré tout admettre que nous ne pourrions obtenir une réelle sécurité d'emploi à long terme que si nous réussissons à offrir des services de première qualité à un coût raisonnable pour les contribuables. Pour y parvenir, Radio-Canada doit sans cesse réajuster sa façon de faire les choses afin de demeurer aussi productive que possible. Je pense, en l'occurrence, à certaines dispositions de conventions collectives qui, dans certains cas, remontent à une trentaine d'années.

Il est indispensable de leur faire suivre le rythme de l'évolution rapide que connaît le milieu de la programmation, de la production et de l'exploitation. Nous serons ainsi plus efficaces et plus productifs.

Ces conventions doivent tenir compte du fait que nous collaborons davantage avec les organismes provinciaux, les autres diffuseurs et les sociétés de production privées par l'entremise du Fonds de Téléfilm.

J'aimerais toutefois préciser, encore une fois, que nous tenons autant à la production interne qu'aux émissions des producteurs privés. Il ne s'agit pas de diminuer notre production maison au profit du secteur privé, ni de réduire nos achats auprès des indépendants pour protéger les intérêts des employés de Radio-Canada. Des compressions budgétaires de l'ordre de celles que nous avons dû absorber récemment exigent que nous rajustions notre tir.

La Société Radio-Canada traverse une période difficile. D'une part l'étude entreprise sur la politique de radiotélévision laisse planer une certaine incertitude, et d'autre part nous devons faire face à des compressions budgétaires bien réelles. Bien sûr, toute cette situation entraîne des frustrations pour le personnel de création qui travaille à Radio-Canada ou à l'extérieur. Les objectifs de notre radiotélévision nationale existent depuis longtemps; il est de plus en plus impératif

de les réaliser si nous voulons préserver notre souveraineté nationale; et nous savons que le Canada possède les talents nécessaires pour y parvenir, les producteurs, les auteurs, les compétences techniques. Mais pour l'instant, nous manquons de ressources financières.

Dans ces circonstances difficiles, il est important que la gestion de Radio-Canada soit très saine et très efficace, quelles que soient les embuches.

Nous avons l'intention de prouver que nous pouvons réussir pour le bénéfice et le plaisir de tous les Canadiens, avec un appui financier raisonnable.

Arthur Lower, le célèbre historien canadien, disait que: "Le développement du Canada peut se comparer à une succession de réalisations impossibles."

Bien des choses que les gens de Radio-Canada accomplissent aujourd'hui à Toronto, Montréal, Calgary ou Moncton pouvaient sembler impossibles il y a quelques d'années. Et pourtant elles se font actuellement.

C'est ce qui me fait penser que des jeunes comme vous, à condition de recevoir un peu d'encouragement, pourrez accomplir encore davantage dans les années à venir.

CAI
BC
-S77



Canadian and U.S. Attitudes to Culture: Some Comparative Observations

An address by Pierre Juneau, President,
Canadian Broadcasting Corporation,
to the Canada-U.S. Seminar Series,
Center for International Affairs,
Harvard University, Cambridge, Massachusetts,
April 1, 1986



I have been asked to talk about Canadian cultural policy. Many of my comments will relate to the particular cultural significance of broadcasting. However, I will also refer to culture generally, and why I think we Canadians act or react as we do in relation to culture.

When this word comes up in a discussion someone immediately brings up the problem of definition. Depending on the circumstances and the person who speaks, the word may mean the arts, or the way people behave, or intellectual property, or entertainment. The phrase "cultural industries" is now frequently used, meaning film, television, pre-recorded entertainment, periodicals, etc.

A successful Canadian film producer recently described his view as follows: if a so-called cultural activity is threatened for some reason or other, for instance if it's of minority interest, then it really is culture. If it's not threatened, if it's making money then it's not culture. It's business.

While this "definition" is obviously not scientific, it has some merits and perhaps applies as well to U.S. attitudes as it does to Canadian attitudes.

Almost all aspects of culture in Canada fall in the first category because Canada is such a small market. Even a cultural product of great intrinsic value which is very successful with the Canadian public may not be able to achieve financial success because of the smallness of the domestic market.

It is, in fact, a smaller market than most Americans realize. Only 18 million of 25 million Canadians claim English as their primary language. Most of them, together with 6 million French speaking Canadians, live in a thin demographic ribbon within 200 miles of the U.S. border.

Canadians understand, of course, that some cultural activities are more "saleable" than others and therefore more related to business. As I said, the phrase "cultural industries" has become popular in cultural circles over the last ten years or so. But Canadians see all cultural activities from ballet to motion pictures, to rock music as part of a cultural spectrum which reflects both individual creativity and collective attitudes and collective interests.

In his famous "Notes Towards The Definition of Culture" T.S. Eliot says that culture

"...includes all the characteristic activities and interests of a people: Derby Day, Henley Regatta, Cowes, the twelfth of August, a cup final, the dog races, the pin table, the dart board, Wensleydale cheese, boiled cabbage cut into sections, beetroot in vinegar, nineteenth-century Gothic churches and the music of Elgar."

And no doubt would he now include musical comedies, particularly those dealing with cats!

Culture is a constant matter of concern, even of worry, in our country. As a subject of discussion and debate, it is certainly a national priority. At any given moment, somewhere in Canada there is what we call a Royal Commission - a government appointed committee of inquiry - into some form of cultural activity.

Just at the federal level I can count three such committees which are at this very moment advising on various aspects of cultural policy.

And at the present time, the whole question of cultural sovereignty has a very high profile as Canada prepares for negotiations on enhanced trade with the United States.

Canadian policy has traditionally adopted a very broad definition of culture. Because of our brittle sense of nationhood, culture and identity have become somewhat synonymous.

Our view is that culture is what a country says to itself, and about itself, to others, whatever the technique of expression may be: theatre, film and television, novels, recorded entertainment, painting, architecture or ballet.

It is what makes a people interesting, worthy of attention by the rest of the world. It is how the people of a country express their dreams and hopes, and how they talk about their past and their future. It is what they care about.

Like life itself it is infinitely diverse and constantly evolving. The identity of a country is of course expressed by the behaviour, style and works of individuals or groups of individuals. Not by the definition of government. It is the result of a process, not of a definition. That is why in our tradition, which is also the British tradition, governments are expected to establish broad frameworks for the facilitation of cultural expression by the people but they must not, and do not, get involved in content or style.

Culture is, of course, the conservation and appreciation of past accomplishments, but it is also innovation, creation. It is sovereignty of the mind. It is what makes one nation equal to another, not in riches, perhaps, but in dignity.

At a time when there is to be more and more economic and military interdependence, and possibly more free trade, on this continent and in the world, many Canadians feel that culture lies at the very heart of political sovereignty. There can be no political sovereignty, therefore no authority over their own lives, their own future, without cultural autonomy and vitality.

In this respect, Canadians' views and feelings are similar to those of most other nations.

Some people, however, both in Canada and in the United States, say that there is no relationship between culture and entertainment.

Entertainment, they say, is a business.

This is a very complex subject and few, if any, professional analysts would agree with that view; neither would I. This subject could lead to a long discussion but let me quote from an article published in the New York Times by James Markham a couple of years ago entitled "West German TV Major Influence in the East":

"In the East Berlin Subway, two elderly women were overheard gossiping about the wild goings-on of a clan that hardly seemed to fit into the proletarian milieu of East Germany. In breathless whispers, the two spoke of sleek women, flashy cars, seamy

Only after several subway stops did it become evident that the women were talking about acquaintances who come into their living rooms every week from West Germany - J.R. Ewing and the cast of Dallas.

Many West Germans see this cultural penetration of "the other Germany" as the single greatest contribution to the prospect of German reunification."

It is, perhaps, ironic that this "cultural penetration" is being achieved by means of a popular American television program, but it shows how what some see as business can also be put to a cultural purpose.

The views and feelings I have described about the importance of culture to their society are widely shared by Canadians. They form a tradition that has inspired the policies of all Canadian governments over the years, both at the federal and provincial levels, whatever their political ideologies may have been.

That is why Canada has numerous statutes and institutions through which provincial and federal governments have acted to support cultural expression.

The legislation which created public broadcasting in Canada in 1932, the Canadian Broadcasting Corporation, was introduced by a Conservative government and passed unanimously. The current broadcasting act, which dates from 1968, was passed with only one dissenting voice. Provinces with political philosophies as disparate as those of Quebec and British Columbia have created educational television systems. We have a national film development corporation called Telefilm which invests in feature films and television programs. We have a national orchestra. We have the Canada Council which supports almost every form of cultural endeavour from major theatre companies to fledgling poets. And we have the Canadian Broadcasting Corporation which receives direct government funding of more than \$800 million a year in addition to revenue from commercial advertising.

Perhaps broadcasting best illustrates our different traditions. The legislative framework for communications regulation in the United States sets out as its purpose "to make available... a rapid, efficient, nationwide and worldwide... service with adequate facilities and reasonable charges". The Canadian Broadcasting Act of 1968, by contrast, speaks of the need to "safeguard, enrich and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada".

Most Americans seem to believe that market forces will bring about what they want their broadcast media to do for them. We believe that broadcasting is a matter for collective concern and that the intervention of the state may well be necessary to achieve national goals, and that it can be done without compromising individual or collective freedom. In this sense Canadians tend to view cultural policy initiatives, particularly in broadcasting, not principally as a matter of economics but more in the way they view government involvement in health or education - as normal and beneficial.

The United States' tradition seems different. Much of what we Canadians and most other nations consider as culture, as essential to our sovereignty, and therefore requiring attention and support by governments, the United States leaves to a large extent in the hands of private enterprise. This applies to publishing, periodicals, film, television, recorded entertainment, theatre.

Some of these areas, in the eyes of many American businessmen, aren't thought of as cultural at all, even though they are the most powerful and ubiquitous means by which a people looks at itself and expresses its values and concerns.

For such people culture is only those highbrow manifestations, like ballet or museums, that cannot be supported by the marketplace and need the state or private donors to survive - preferably private donors.

I'm sure that a careful examination of U.S. cultural history would reveal all kinds of exceptions to this rule. It would perhaps show that the difference between the American and the Canadian situation is one of degree and that it is less at the level of principles than at the level of behaviour or practice.

One could just cite a few diverse American examples such as the Public Broadcasting Act of 1967, the creation of the National Endowment for the Arts, the Communications Act of 1934, the Consent Decree of 1948 affecting ownership of motion picture theatres, and in spite of deregulation, many of the rules of the FCC, including those proclaimed in 1971 which limit the involvement of television networks in the syndication of television programs, etc.

One obvious reason why reliance on private enterprise in the field of culture has been economically effective in the U.S., is the size of the market. In the U.S., almost any product can be financed on the domestic market and subsequent sales around the world mean additional profits. Protective measures have rarely been seen to be necessary, although they have been taken when they appeared to be necessary.

Given the differences between the Canadian and the American situation, I suppose it is inevitable that Canadian-U.S. relations with regard to cultural matters are sometimes characterized by misunderstandings and somewhat entrenched viewpoints. I am not referring here to exchanges

between the cultural milieux themselves or cultural institutions or individuals or academic groups or even between governments. There is a vast amount of interaction on the intellectual level. The problem isn't primarily one between governments either. Governments tend to understand each other's reasoning, if not always to accept it. The real problems occur when Canadian cultural policies become hard financial issues in the United States, when what we genuinely see as a cultural consideration is perceived by U.S. business interests as a Canadian pretext to limit their expectations.

There is, in other words, an implicit conflict between the Canadian approach to cultural evolution and some American business enterprises who choose to ignore, or perhaps misunderstand, our aspirations, our intentions or our concerns.

The same problem has existed and still exists between those same enterprises and many other countries in the world including those which have historically been the main sources of culture - the U.K., France, Italy, Germany, etc.

I am not unsympathetic to some U.S. business concerns. Piracy of intellectual properties or copyright infringement for instance are considerable problems which should be dealt with by all countries.

But what should we think of complaints from industries which already occupy an enormous place in our lives but want even more and if possible everything? Complaints about Canadian content regulations on television when 72 per cent of all the English television programming available in Canada - off-air or via cable - comes from the United States? When only 2 per cent of the drama programming seen on Canadian English television is Canadian and nearly 90 per cent is American? Complaints from U.S. film studios and distributors about efforts to get a few more Canadian films in the theatres when almost all English-language movies shown in Canadian cinemas are from the U.S., and almost all motion picture theatres and almost all distribution houses are controlled by American companies? Complaints from magazine publishers about preferential mailing rates when 77 per cent of all newsstand periodicals sold in Canada originate from foreign countries, mainly the U.S.? Complaints from record companies about content regulations on radio when 70 per cent of the music played on Canadian radio and well over half of all Canadian record sales are of U.S. origin?

One can only assume such an attitude springs from a one dimensional perspective without regard for the values of others. It represents a view of the entire world, not as a number of nations with views and voices of their own and with traditions and cultures which they are keen to preserve and develop, but as an unlimited and undifferentiated homogeneous market. It is an attitude which admits no link between the items to be marketed and what other people consider as culture - no impact on the people who consume these "intellectual properties" as they are sometimes called. It is rather

like the tobacco companies whose researchers haven't yet managed to find any health hazards in smoking. According to this view, the free flow of information is not the right to choose among the widest possible diversity of ideas, views and works of our fellow-men - but rather it is seen as the right of producers and marketers to sell and the right of a majority of buyers in the market place of cultural products to decide what everybody else's choice should be.

It is an amazing sophism to preach that the process of informing and entertaining the public and mass production and mass-marketing are in all respects identical processes. I believe such a view does not correspond to the liberal tradition of the western world or indeed to the reality of what is going on in the world today.

It was Justice Black who said in 1945 that the first amendment of the American constitution "rests on the assumption that the widest possible dissemination of information from diverse and antagonistic sources is essential to the welfare of the public, that a free press is a condition of a free society."

In Canada we have access to virtually all U.S. TV programs and films. But because of the intervention of Canadian governments over the years we also have CBC TV and radio programs in English and in French, programs in English and in French from the Ontario provincial television system, Radio-Québec television programs, two Canadian private English-language TV networks, two

private French-language TV networks, all of them providing Canadian and American programs; we have the beginnings of a film industry, a relatively successful group of popular music composers and performers and studios. We have also encouraged through regulatory action the importation of PBS.

Therefore, have we reduced the choice and diversity of views? Have we constrained the market place of ideas, or indeed have we developed it?

Fellini, Rossellini, Truffaut, Bergman, Fassbinder, to take a few examples from the world of cinema, have all benefited from the intervention of the laws of their country. We, North Americans, probably would not have benefited from their work without these interventions. Were their contributions additions to the free flow of information and the market place of ideas, or the other way around?

To use an established economic theorem, I would say: the proof is in the pudding!

Canada is abundantly open to the ideas, the views and the entertainments of its neighbours.

The policy of Canadian governments over the last 50 years has been to attempt to establish a reasonable balance between the cultural production of Canadians and what we import. In a recent document published by the CBC entitled "LET'S DO IT", we propose that in broadcasting Canada should strive for a 50-50 equilibrium.

Unfortunately, our efforts to reach such a fair and reasonable balance are sometime seen as a threat to the U.S. cultural industry or an attack on freedom of information.

For instance, our efforts to increase the proportion of Canadian drama programs on our television system, which now stands at about 3 per cent, are seen as a threat to U.S. program sales in Canada. The fact that we are the biggest customer of U.S. television programs in the world and probably the biggest customer of U.S. films, books, periodicals, records and newspapers, although we are only 25 million, appears to be ignored.

I seem to remember that when Japanese cars began to become popular in the United States, gaining perhaps 20 per cent of the market, steps were taken to make sure it didn't go any further.

I had a professor who used to say that there are those who know they are funny and those who are funny but don't know.

Recently, for instance, an important American personality, using PBS as an example, felt the need to lecture Canadians on the cultural benefits of letting in television programs from other countries.

In television terms only about 2 per cent of the programming available in the U.S. is of foreign origin and no foreign series has ever been scheduled in prime time by any of the U.S. commercial networks.

Canada cannot and does not want to isolate itself culturally from the United States. This has never been the objective of Canadian cultural policy.

Although, as a recent poll demonstrated, an increasing majority of Canadians thinks U.S. cultural influence is too great in Canada, it does not follow that this feeling is translatable into pressure to censor U.S. culture. In practice, Canadians want and get the widest choice of U.S. popular culture; if anything, they want more of its best offerings.

But they are concerned about the economic domination that may result from automatic or blind application of solely business criteria. They cannot accept that their need to communicate among themselves, with the U.S., and with the rest of the world, be handicapped or in fact censored by the sheer weight of business interest.

I have in my office a document called "Trade Barriers to U.S. Motion Picture and Television, Pre-Recorded Entertainment, Publishing and Advertising Industries" which is intended to represent the views of some of the main business groups in these areas. It contains a very impressive chart showing all the so-called trade barriers imposed on these industries by all the major nations. Some of them have to do with such topics as copyright infringement and piracy which, of course, I agree with. But the document also reveals that between 1978 and 1983 foreign revenues to U.S. motion pictures rose from \$820 million to \$1,425 million. Foreign revenues from television programs in 1983 amounted to \$500 million. Sales of records overseas brought in \$1,250 million. The current value of foreign trade in

publishing exceeds \$2 billion, while in 1983 the top 10 U.S. advertising agencies had total combined billings of over \$20 billion.

Unfortunately, in this paper, I could not find one understanding reference to the importance of the cultural considerations of other nations. Such considerations are seen as a "pretext" and are described as "troublesome". I could find no understanding of the concept that while commerce and culture have merged to some extent, culture for most countries is not solely a commercial matter. Most perplexing of all I could find no understanding of the fact that while the rest of the world clearly admires the quality, gloss and production values of American popular cultural products, almost all countries have felt the need to nourish their own cultural development.

I believe that there are many business people in the United States who have a better understanding of the interplay of cultural forces; who understand that the Canadian tradition of governmental involvement in culture is far closer to the international norm than is represented by the doctrine I have described. I believe so, and I certainly hope so, because if it is not the case then we have a recipe for real misunderstanding. I do not believe that the world will tolerate being the target of an economic strategy which makes it an homogeneous and unfettered global market for U.S. cultural products.

Where does the solution to this problem lie? First of all, I think, in a balanced, fair and reasonable approach from both sides. We Canadians should make sure that the actions we take in the legitimate defence of our cultural

vitality do not represent an infringement of the equally legitimate rights of cultural property owners. For their part, those who export cultural products must be prepared to accept that the defence of vigorous cultural expression, particularly for a small nation which must co-exist with a much larger one, is a justifiable activity requiring mutual understanding and consideration.

It may be that governments will have to take the lead in bringing this about, simply because public authorities are more used to seeing culture in something other than business terms, more accustomed to putting things in a broader context. But it will also require a substantial effort on the part of the business interests involved. If that effort doesn't materialize, I sense that there will be an acceleration of the hardening of attitudes that is already taking place, not only in our country but in the rest of the world, which tends to view with dismay the cultural domination which they believe has already befallen Canada.

A friend of mine used to say that some people prefer to do battle with their friends rather than their enemies because they know them better, because they are closer to them, because enemies are more aggressive. Let us hope this view does not apply in the present context.

I have spoken very frankly with you today about these issues because I believe that Canadians have always been able, and I hope will continue to be able, to speak frankly to their friends and neighbours in the United States, because ours is a relationship based on honesty, openness, respect and indeed friendship.

I don't think I could end this friendly dialogue better than by two quotations. One is from A.N. Whitehead's Science and the Modern World which T.S. Eliot put at the head of one of his chapters:

"A diversification among human communities is essential for the provision of the incentive and material for the Odyssey of the human spirit. Other nations of different habits are not enemies: they are godsend. Men require of their neighbours something sufficiently akin to be understood, something sufficiently different to provoke attention, and something great enough to command admiration."

The other by my compatriot and friend Northrop Frye in Divisions On A Ground:

"It is of immense importance to the United States itself that there should be other views of the human occupation of this continent, rooted in different ideologies and different historical traditions. And it is of immense importance to the world that a country which use to be at the edge of the earth and is now a kind of global Switzerland, surrounded by all the world's great powers, should have achieved the repatriating of its culture. For this is essentially what has happened in the last twenty years, in all parts of Canada; and what was an inarticulate space on a map is now responding to the world with the tongues and eyes of a matured and disciplined imagination."

Thank you.



Attitudes canadiennes et américaines
à l'égard de la culture:
Quelques comparaisons

Texte du discours prononcé par Pierre Juneau,
président de la Société Radio-Canada,
dans le cadre de la Canada-U.S. Seminar Series,
Center for International Affairs,
Université Harvard, Cambridge (Massachusetts),
le 1^{er} avril 1986

Puisqu'on m'a demandé de parler de la politique culturelle canadienne, je me dois d'abord de vous signaler que bon nombre de mes observations porteront sur l'impact culturel particulier de la radiotélévision.

Mais, je parlerai également de culture dans le sens plus général, et de la raison pour laquelle les Canadiens agissent et réagissent comme ils le font en matière de culture.

Quand le mot culture est prononcé dans une conversation, il y a toujours quelqu'un pour soulever immédiatement le problème de sa définition. Selon les circonstances et l'interlocuteur, ce mot désignera les arts, les attitudes, l'intellect ou le divertissement. L'expression "les industries culturelles" est maintenant fréquemment utilisée dans le sens de cinéma, de télévision, de disque, de périodiques, etc.

Un producteur de film canadien a récemment énoncé son point de vue sur la question de la manière suivante : si une activité dite culturelle est menacée pour une raison quelconque, comme lorsqu'il s'agit de l'intérêt d'une minorité, alors il s'agit réellement de culture. Par contre, lorsque l'activité n'est pas menacée et qu'elle rapporte des gros sous, alors ce n'est pas de la culture, c'est des affaires.

Bien que cette "définition" ne soit évidemment pas scientifique, elle a un certain mérite et elle s'applique sans doute aussi bien aux attitudes américaines que canadiennes.

Presque tous les aspects de la culture au Canada tombent dans la première catégorie, étant donné que le Canada offre un si petit marché. Même un produit culturel de grande valeur intrinsèque qui connaît un succès foudroyant auprès du public canadien n'offre aucune garantie de succès financier à cause de l'étroitesse du marché national.

Il s'agit en fait d'un marché plus petit que la plupart des Américains ne l'imaginent. Seulement 18 millions sur les 25 millions de Canadiens déclarent l'anglais comme étant leur langue principale. La plupart d'entre eux, ainsi que les 6 millions de Canadiens francophones, vivent dans un étroit corridor démographique de quelque 200 milles de large qui longe la frontière américaine.

Les Canadiens se rendent bien compte que certaines activités culturelles se "vendent" mieux que d'autres et qu'elles sont donc plus liées aux affaires. Comme je viens de le dire, l'expression "les industries culturelles" est devenue populaire dans les milieux culturels depuis une dizaine d'années. Mais les Canadiens estiment que toutes les activités culturelles - du ballet au cinéma et de la musique classique au rock - font partie d'un spectre culturel qui reflète tant la créativité que les attitudes et les intérêts collectifs.

Dans ses célèbres "Notes Towards The Definition of Culture", T.S. Eliot dit que la culture

"... recouvre tout ce qu'il y a comme activités et intérêts caractéristiques d'un peuple : la journée du Derby, les régattes de Henley, celles de Cowes, le 12 août, des finales de football, les courses de chiens, les quilles sur table, le jeu de fléchettes, le fromage de Wensleydale, le chou bouilli servi en portions, les betteraves au vinaigre, les églises gothiques du 19e siècle et la musique d'Elgar." [Traduction]

Et il n'y a pas de doute que s'il était encore parmi nous, il mentionnerait également les comédies musicales, surtout celles qui ont rapport aux chats!

La culture est un sujet constant de préoccupation, et même d'inquiétude dans notre pays. Comme sujet de discussion et de délibération, c'est certainement une priorité nationale. A tout moment donné, quelque part au Canada, il y a ce que nous appelons une Commission royale d'enquête - un comité nommé par le gouvernement - qui se penche sur une activité culturelle quelconque.

Au moment où je vous parle, je peux penser à trois comités du genre, rien qu'au niveau fédéral!

Et actuellement, alors que le Canada se prépare à des négociations sur le libre-échange avec les États-Unis, toute la question de la souveraineté culturelle connaît une très grande vogue chez nous.

De tous temps, la politique canadienne a retenu une définition très vaste de la culture. A cause de notre caractère national incertain, culture et identité sont devenues presque synonymes.

Dans notre optique, la culture est exactement ce qu'un pays se dit à lui-même, et au sujet de lui-même à d'autre, quel que soit le mode d'expression : le théâtre, le cinéma et la télévision, les romans, le disque, la peinture, l'architecture ou le ballet.

C'est tout ce qui rend un peuple intéressant et lui fait mériter l'attention du reste du monde. C'est sa façon d'exprimer ses rêves et

ses espoirs, et de parler de son passé et de son avenir. C'est ce qui retient son attention.

Comme la vie elle-même, la culture est infiniment variée et constamment en évolution. L'identité culturelle d'un pays est bien sûr exprimée dans les attitudes, le style et les réalisations des individus ou des groupes. Il ne s'agit pas d'une définition imposée par un gouvernement, mais plutôt du résultat d'un phénomène. C'est pourquoi selon notre tradition, qui est aussi la tradition britannique, les gouvernements créent ordinairement des structures globales pour faciliter l'expression culturelle du peuple sans s'immiscer dans le contenu ou le style.

La culture, c'est évidemment la conservation et l'appréciation des choses du passé, mais c'est également l'innovation et la création. C'est la souveraineté de l'esprit; celle qui rend les pays égaux l'un à l'autre; peut-être pas en biens matériels, mais certainement en dignité.

A une époque où l'interdépendance économique et militaire est destinée à s'accroître, et que le commerce est en passe de devenir de plus en plus libre, sur ce continent et dans le reste du monde, beaucoup de Canadiens estiment que la culture est au coeur même de la souveraineté politique. Sans autonomie et vitalité culturelles, il ne peut y avoir

de souveraineté politique pour les citoyens d'un pays, c'est-à-dire de pouvoir sur leurs propres vies et sur leur avenir.

A cet égard, les vues et les sentiments des Canadiens sont semblables à ceux des habitants de la plupart des autres pays.

Certains, pourtant, tant au Canada qu'aux États-Unis, prétendent qu'il n'y a pas de lien entre culture et divertissement. Le divertissement, affirment-ils, est du domaine des affaires.

Il s'agit là d'une question fort complexe, et peu d'analystes, s'il en était, accepteraient ce point de vue. Moi non plus, d'ailleurs. Le sujet pourrait nous entraîner dans une longue discussion, mais permettez-moi de citer un article publié dans le New York Times par James Markham, il y a deux ou trois ans, intitulé "La télévision ouest allemande - une influence majeure sur l'est" :

"Dans le métro de Berlin-est, deux femmes âgées discutaient des aventures hors du commun d'un clan familial qui semblait très peu correspondre au style de vie "prolétaire" de l'Allemagne de l'est - il n'était question que de femmes dans le vent, de voitures dernier cri, de situations troubles...

Ce n'est qu'au bout de plusieurs arrêts de métro qu'il devint évident que les deux dames parlaient de connaissances d'Allemagne de l'ouest qu'elles recevaient chez elles toutes les semaines... sur le petit écran - J.R. Ewing et ses acolytes de la série télévisée "Dallas".

Beaucoup d'Allemands de l'ouest voient dans cette pénétration culturelle de "l'autre Allemagne" la plus grande contribution à une perspective de réunification de l'Allemagne." [Traduction]

Il est sans doute ironique que cette "pénétration culturelle" ait pour véhicule une émission de télévision populaire américaine, mais cela démontre que ce que certains voient comme étant du domaine des affaires peut également servir des fins culturelles.

Les vues et les sentiments que j'ai décrits au sujet de l'importance de la culture dans la société canadienne sont courants parmi mes compatriotes. Il s'agit d'une tradition qui a inspiré les politiques de tous les gouvernements canadiens au cours des années, tant à Ottawa que dans les provinces, et quelles que soient leurs idéologies.

C'est pourquoi le Canada possède de nombreux règlements et organismes à travers lesquels les gouvernements provinciaux et fédéral agissent en faveur de l'expression culturelle.

La loi en vertu de laquelle fut créé l'organisme public de radiodiffusion au Canada en 1932, c'est-à-dire la Société Radio-Canada, fut proposée par un gouvernement conservateur et votée à l'unanimité. La loi actuelle sur la radiodiffusion, qui remonte à 1968, a été votée avec une seule voie d'opposition. Des provinces dont les gouvernements ont des philosophies politiques aussi divergentes que le Québec et la Colombie-Britannique ont créé des systèmes de télévision éducative. Nous sommes dotés d'une société nationale de développement de l'industrie du film, connue sous le nom de "Téléfilm Canada", qui investit dans les longs métrages et les émissions de télévision. Nous avons un orchestre national; un Conseil des arts du Canada qui appuie presque toutes les formes d'activité culturelle - des plus grandes compagnies théâtrales aux plus jeunes poètes en herbe; et nous avons également la Société Radio-Canada qui reçoit des subsides directs du gouvernement de plus de 800 millions de dollars par an en plus des recettes de la publicité commerciale.

La radiotélévision illustre sans doute le mieux nos différentes traditions. Le cadre législatif qui gouverne les communications aux États-Unis se donne pour mandat "de faciliter la prestation, à l'échelle nationale et mondiale, d'un service rapide et efficace, doté

d'installations adéquates et à des coûts raisonnables". [Traduction]
Au Canada par contre, la Loi sur la radiodiffusion fait allusion à la
nécessité de "sauvegarder, enrichir et raffermir la structure
culturelle, politique, sociale et économique du Canada".

La plupart des Américains semblent croire que les forces du marché
inciteront les médias électroniques à leur donner satisfaction. Nous
croyons que la radiotélévision est une question d'intérêt collectif et
que l'intervention de l'État est parfois nécessaire pour réaliser des
objectifs nationaux, sans menacer les droits individuels ou collectifs.
Dans ce sens, les Canadiens sont portés à envisager l'intervention de
l'État en matière de culture, en radiodiffusion entre autres, de la
même façon qu'ils envisagent cette intervention dans les domaines de la
santé et de l'éducation, comme un phénomène normal et profitable à la
population, non comme une question de gros sous.

La tradition des États-Unis semble être différente. Une bonne partie
de ce que nous Canadiens, comme la plupart des autres pays, considérons
comme étant de nature culturelle et essentiel à notre souveraineté,
donc comme nécessitant l'attention et l'appui des gouvernements,
semble, aux États-Unis, être essentiellement confié à l'entreprise
privée. Cela est tout aussi vrai de l'édition et des périodiques que
du cinéma, de la télévision, du disque et du théâtre.

Aux yeux de nombreux hommes d'affaires américains, certains de ces secteurs n'ont rien de culturel, même s'il s'agit des instruments les plus puissants et les plus omniprésents avec lesquels un peuple se considère lui-même et exprime ses valeurs et ses préoccupations.

Pour ces gens là, la culture se limite à ses expressions les plus guindées, comme le ballet ou les musées, qui ne peuvent compter sur les seules forces du marché et qui nécessitent l'intervention de l'État ou de mécènes pour survivre - de préférence des mécènes.

Je suis convaincu qu'un examen attentif de l'histoire culturelle des États-Unis révélerait toutes sortes d'exceptions à cette règle. On s'apercevrait sans doute que la différence entre les situations américaine et canadienne en est une de degré, et que cela relève bien moins des principes que du comportement ou de la pratique.

Il suffirait de citer quelques exemples américains assez divers tels que le Public Broadcasting Act de 1967, la création du National Endowment for the Arts, le Communications Act de 1934, le Consent Decree de 1948 qui régit le mode de propriété des salles de cinéma, et, en dépit de la dérèglementation, bon nombre des règlements de la FCC, y compris ceux qui ont été promulgués en 1971 et qui imposent des restrictions à la participation des réseaux de télévision dans la mise en circuit des émissions TV, et ainsi de suite.

Une des raisons évidentes pour lesquelles l'entreprise privée a réussi économiquement et avec efficacité dans le domaine de la culture aux États-Unis tient à l'importance du marché intérieur. Aux États-Unis, pratiquement tout produit peut être financé grâce au marché national, et toutes les ventes ultérieures dans le reste du monde ne répondent qu'à l'impératif des profits supplémentaires. Il a rarement été nécessaire d'adopter des mesures protectionnistes, bien que les Américains n'aient pas hésité à le faire, le cas échéant.

Etant donné les différences entre nos deux pays, je suppose qu'il est inévitable que les relations canado-américaines en matière culturelle soient parfois caractérisées par des malentendus et par des points de vue un tant soit peu rigides. Ici, je ne fais pas nécessairement allusion aux échanges entre les milieux culturels eux-mêmes, ou entre institutions, particuliers, groupes universitaires, ou même entre gouvernements. Il existe heureusement un vaste réseau d'interaction intellectuelle - donc le problème n'est pas là; et il ne réside pas non plus d'abord et avant tout entre les gouvernements. Ces derniers ont tendance à saisir le raisonnement de leur vis-à-vis, même s'ils ne l'acceptent pas toujours. Les vrais problèmes surgissent lorsque l'application des politiques culturelles canadiennes débouche sur un contentieux financier très concret aux États-Unis; lorsque ce que nous Canadiens considérons comme étant authentiquement culturel est perçu par la classe des gens affaires aux États-Unis comme n'étant qu'un prétexte canadien pour frustrer ses attentes.

Autrement dit, il y a un conflit inhérent entre la perspective canadienne à l'égard de l'évolution culturelle et certaines entreprises américaines qui préfèrent ignorer, ou peut-être mal comprendre, nos aspirations, nos intentions ou nos préoccupations.

Le même problème s'est déjà posé et se pose encore entre certaines de ces entreprises et de nombreux autres pays, y compris ceux qui ont historiquement été les principales sources de notre culture occidentale, à savoir la Grande-Bretagne, la France, l'Italie, l'Allemagne, etc.

Je ne suis pas indifférent à certaines des inquiétudes des entreprises américaines. Ainsi, le piratage des propriétés intellectuelles ou la violation des droits d'auteur posent de sérieux problèmes qui doivent être réglés de concert par tous les pays.

Mais que doit-on penser des hauts cris de certaines industries qui ont déjà investi nos existences quotidiennes, qui en demandent toujours plus et, si possible, l'occupation intégrale de la totalité de l'espace culturel? Des jérémiades relatives à l'existence de règlements sur la teneur canadienne des émissions de télévision lorsque 72 pour cent de toute la programmation TV de langue anglaise offerte au Canada - en ondes ou par câblodistribution - nous vient déjà des États-Unis? Et que seuls 2 pour cent des dramatiques à la télévision canadienne de langue anglaise sont canadiennes alors que presque 90 pour cent sont

américaines? Que dire des plaintes des studios et des distributeurs de films américains au sujet des efforts pour faire distribuer quelques malheureux films canadiens de plus dans nos cinémas alors que la quasi totalité des films de langue anglaise projetés dans les salles du Canada nous viennent des États-Unis, et que presque tous les cinémas et les maisons de distribution sont contrôlés par des entreprises américaines? Des éditeurs de magazines qui se plaignent des tarifs postaux préférentiels lorsque 77 pour cent de tous les périodiques vendus dans les kiosques au Canada viennent de pays étrangers, et principalement des États-Unis? Des compagnies de disques qui dénoncent les règlements sur la teneur canadienne à la radio lorsque 70 pour cent de la musique qui passe en ondes chez nous, et bien plus de la moitié de toutes les ventes de disques au Canada, sont d'origine américaine?

On ne peut que supposer qu'une telle attitude émane d'une perspective unidimensionnelle sans égard pour les valeurs d'autrui. Une attitude qui trahit une façon d'envisager le monde entier, non pas comme étant constitué de pays distincts caractérisés par des points de vue et des formes d'expression qui leur sont propres et par des traditions et des cultures qu'ils entendent préserver et enrichir, mais plutôt comme étant un marché homogène, sans limite et indifférencié. Il s'agit d'une attitude qui ne tolère aucun lien entre le produit à mettre en marché et ce que d'autres considèrent être du domaine de la culture - une attitude qui ne reconnaît aucun impact sur les consommateurs de ces "propriétés intellectuelles" comme on les appelle

parfois. C'est un peu comme les compagnies de tabac dont les chercheurs n'ont toujours pas réussi à trouver le moindre lien entre le tabagisme et les risques pour la santé. Dans cette optique, la libre circulation de l'information ne semble plus être le droit de choisir dans un éventail aussi vaste que possible d'idées, de points de vue et d'ouvrages de nos frères humains, mais plutôt le droit des producteurs et des commerçants de vendre, et celui d'une majorité numérique des acheteurs de produits culturels de décider de ce que devrait être le choix de tous les autres.

Il s'agit d'un sophisme plutôt étonnant que de prêcher à qui veut l'entendre que le processus d'information et de divertissement du public, d'une part, et la production et la commercialisation de masse, d'autre part, sont à tous égards des processus identiques. Je crois qu'un tel point de vue ne correspond pas à la tradition libérale de l'occident, ni même à la réalité de ce qui se passe dans le monde d'aujourd'hui.

C'est le juge Black qui déclarait en 1945 que le premier amendement de la constitution américaine "repose sur la prémisse que la plus grande dissémination possible de l'information émanant de sources diverses et opposées est essentielle au bien-être du public, et qu'une presse libre est une condition essentielle d'une société libre". [Traduction]

Au Canada, nous avons accès à pratiquement toutes les émissions TV et à tous les films américains. Mais grâce à l'intervention des gouvernements canadiens tout au long des années, nous avons également accès à la télévision de Radio-Canada et à des émissions de radio en anglais et en français, à des émissions en anglais et en français du système provincial de la télévision de l'Ontario, aux émissions de télévision de Radio-Québec, à deux réseaux de télévision canadiens privés de langue anglaise, à deux autres de langue française, qui présentent tous des émissions canadiennes et américaines; nous avons un embryon d'industrie du film, une poignée de compositeurs et d'exécutants de musique populaire qui connaissent un succès relatif, ainsi que quelques studios. Nous avons également encouragé, par l'intermédiaire de mesures réglementaires, l'importation des programmes de PBS.

Qui peut prétendre, dans ces conditions, qu'il y a eu limitation des choix et de la diversité des points de vue? Avons-nous restreint le marché des idées, ou l'avons-nous plutôt enrichi?

Fellini, Rossellini, Truffaut, Bergman, Fassbinder, pour ne prendre que quelques exemples du cinéma mondial, ont tous bénéficié du pouvoir législatif de leurs pays. Nous, les Nord-américains, n'aurions probablement jamais connu leurs réalisations autrement. Leurs contributions ont-elles augmenté le volume de la libre circulation de

l'information et du marché des idées, ou bien prétendra-t-on que c'est le contraire qui s'est produit?

Après tout, n'est-ce pas à l'oeuvre qu'on connaît l'artisan?

Le Canada est largement ouvert aux idées, aux points de vue et aux divertissements de ses voisins. En effet, la politique des gouvernements canadiens au cours des 50 dernières années a toujours consisté à viser un équilibre réaliste entre notre propre production culturelle et ce que nous importons.

Dans un document publié récemment par Radio-Canada, intitulé LE COURAGE DE NOS CONVICTIONS, nous proposons que le contenu de la radiotélévision au Canada soit canadien à 50 pour cent.

Malheureusement, nos efforts pour atteindre cet objectif juste et équitable se heurtent parfois à des craintes pour le moins surprenantes de l'industrie culturelle américaine qui nous accuse de porter atteinte à la liberté de l'information.

Par exemple, nos tentatives pour augmenter la proportion des dramatiques canadiennes à la télévision, proportion qui n'est actuellement que de 3 pour cent, sont perçues comme une menace pour les ventes d'émissions américaines au Canada! Le fait que nous soyons les plus gros clients des émissions TV américaines dans le monde, et sans

doute également les premiers clients en matière de films, livres, périodiques, disques et journaux, alors que nous ne sommes que 25 millions, semble être totalement ignoré.

Je crois me souvenir que lorsque les voitures japonaises ont commencé à devenir populaires aux États-Unis, au point de s'emparer de près de 20 pour cent du marché, des mesures furent prises pour s'assurer que cette proportion n'augmenterait pas.

Récemment, une personnalité américaine importante, qui avait pris pour exemple PBS, s'est sentie obligée de faire la leçon aux Canadiens sur les avantages culturels qu'il y avait à laisser entrer les émissions TV des autres pays; c'est plutôt comique, vous ne trouvez pas? Cela me rappelle d'ailleurs un de mes professeurs qui avait l'habitude de dire que "il y a ceux qui savent qu'ils sont drôles et ceux qui sont drôles mais qui ne le savent pas".

En termes de télévision, seuls 2 pour cent des émissions offertes sur les antennes américaines sont d'origine étrangère, et aucune série étrangère n'a jamais été programmée en période de grande écoute par un réseau commercial américain.

Le Canada ne peut pas et ne souhaite pas s'isoler culturellement des États-Unis. Cela n'a jamais été l'objectif de la politique culturelle canadienne. Et même si un sondage récent a démontré qu'une majorité

croissante de Canadiens estime que l'influence culturelle américaine est excessive chez nous, il ne s'ensuit pas nécessairement que ce sentiment se traduise par des pressions pour censurer la culture américaine. En fait, les Canadiens veulent et obtiennent le choix le plus vaste que l'on puisse imaginer de culture populaire américaine; et je puis affirmer qu'ils veulent encore plus du meilleur que cette culture à offrir.

Mais ils s'inquiètent de la domination économique que pourrait entraîner l'application automatique ou aveugle des seuls critères commerciaux. Ils ne peuvent accepter que leur besoin de communiquer entre eux, ainsi qu'avec les États-Unis et avec le reste du monde, soit handicapé ou, en fait, censuré par le simple poids des intérêts économiques.

J'ai dans mon bureau un document intitulé "Trade Barriers to U.S. Motion Picture and Television, Pre-Recorded Entertainment, Publishing and Advertising Industries" qui a pour but d'exposer les points de vue de certains des principaux groupes commerciaux dans ces secteurs. Le document contient un graphique très impressionnant qui montre tous les prétendus obstacles commerciaux imposés à ces industries par tous les principaux pays. Certains propos concernent des sujets comme les violations de droit d'auteur et le piratage, et bien entendu, je comprends ceux-là. Mais le document révèle également qu'entre 1978 et 1983, les recettes étrangères des films américains ont grimpé de

820 millions à 1 424 millions de dollars. Les recettes étrangères des émissions TV en 1983 étaient de 500 millions. Les ventes de disques outre-mer ont compté pour 1 250 millions. La valeur courante du commerce international dans l'édition est supérieure à deux milliards, et en 1983, les 10 principales agences américaines de publicité avaient une facturation globale consolidée de plus de 20 milliards.

Malheureusement, dans ce document, je n'ai pas pu déceler le moindre indice de compréhension à l'égard de l'importance qu'accordent les autres pays aux considérations culturelles. Ces considérations sont perçues comme des "prétextes" et décrites comme "nuisibles". Pas le moindre signe de compréhension du concept que, bien que le commerce et la culture aient convergé dans une certaine mesure, la culture pour la plupart des pays n'est pas uniquement une question de gros sous. Le plus étonnant, c'est que l'on ne détecte nulle part une quelconque sensibilité au fait que presque tous les pays ont éprouvé le besoin d'alimenter leur propre développement culturel, même s'ils admirent clairement la qualité, le lustre et les valeurs de production des produits de la culture populaire américaine.

Je crois que de nombreuses personnes dans les cercles d'affaires aux États-Unis comprennent un peu mieux l'interaction des forces culturelles ainsi que la tradition canadienne de participation gouvernementale en matière de culture, qui correspond bien plus à la norme internationale que ne veut le reconnaître la doctrine que je

viens de décrire. Je crois qu'il existe assez de personnes dotées de cette sensibilité, et je l'espère sincèrement, faute de quoi nous nous dirigeons vers un véritable malentendu. Je ne crois pas que le reste du monde tolérera d'être la cible d'une stratégie économique qui ne voit outre-frontières qu'un marché global, homogène et docile de consommateurs de produits culturels américains.

Où réside la solution à ce problème? Tout d'abord, je crois que les deux parties doivent adopter une approche équilibrée, équitable et raisonnable. Nous, Canadiens, devons nous assurer que les mesures que nous prenons pour défendre légitimement notre vitalité culturelle ne représentent pas une violation des droits tout aussi légitimes des détenteurs de la propriété culturelle. De leur côté, ceux qui exportent des produits culturels doivent accepter que la défense d'une expression culturelle vigoureuse, surtout pour un petit pays qui doit coexister avec un pays beaucoup plus grand, est une entreprise tout à fait justifiée et qui requiert de la compréhension et de la considération mutuelles.

Il est possible que les gouvernements doivent indiquer la voie à suivre, ne serait-ce que parce qu'ils sont davantage habitués à voir dans la culture un peu plus que du lucre, et à situer les choses dans un contexte plus vaste. Mais il faudra également consentir un effort important du côté des intérêts commerciaux. Si cet effort ne se concrétise pas, je crains que les attitudes, déjà assez rigides, ne se

durcissent encore davantage, non seulement dans notre pays, mais dans le reste du monde, où l'on s'étonne de la domination culturelle que subit déjà le Canada.

Un de mes amis aimait répéter qu'on préfère ordinairement se bagarrer avec ses amis qu'avec ses ennemis parce qu'on les connaît mieux, parce qu'ils sont plus proches de nous, et parce que les ennemis sont plus agressifs. Espérons que cela ne sera pas le cas dans le présent contexte.

Aujourd'hui, je me suis adressé à vous en toute franchise au sujet des questions qui nous occupent parce que je crois que les Canadiens ont toujours réussi à parler franchement à leurs amis et voisins des États-Unis. J'espère qu'ils pourront continuer à le faire, puisque notre relation est fondée sur l'honnêteté, l'ouverture d'esprit, le respect et, certainement, sur l'amitié.

Je ne crois pas pouvoir mieux terminer cette allocution qu'en vous proposant deux citations. L'une est de Science and the Modern World, de A.N. Whitehead, que T.S. Eliot a placée en exergue à l'un de ses chapitres :

"La diversification des collectivités humaines est essentielle pour offrir l'incitation et de la substance à l'Odyssée de l'esprit humain. Les pays qui ont des habitudes différentes ne

sont pas des ennemis : ils sont en vérité des bienfaits de la Providence. L'être humain a besoin que son voisin soit suffisamment semblable à lui pour qu'il puisse le comprendre, suffisamment différent pour l'intéresser, et suffisamment extraordinaire pour pouvoir l'admirer." [Traduction]

L'autre citation est de mon compatriote et ami, Northrop Frye, extraite de Divisions On A Ground :

"Il est d'une importance capitale pour les États-Unis eux-mêmes qu'il existe d'autres points de vue sur l'occupation humaine de ce continent, des points de vue qui ont leurs racines dans des idéologies différentes et dans des traditions historiques distinctes. Et il est d'une importance capitale pour le monde qu'un pays qui, à une certaine époque, se situait aux confins de la terre, et qui est à présent une sorte de Suisse plus globale, entouré par toutes les grandes puissances du monde, ait réalisé le rapatriement de sa culture. Car cela est essentiellement ce qui s'est produit au cours des vingt dernières années, dans toutes les parties du Canada; et ce qui avait été un espace sans voix sur la carte a enfin commencé à réagir au monde avec les accents et les regards d'une imagination mûre et disciplinée." [Traduction]



Introductory Remarks
by Pierre Juneau
President of the CBC

House of Commons Committee on
Communications and Culture

May 20, 1986

Good morning Mr. Chairman, ladies and gentlemen.

Last year was the CBC's most successful year ever by almost every standard of measurement. The quality and quantity of our Canadian programming, whether produced by the CBC or purchased from independent producers, were at an all time high. So were the audiences for those programs, with record viewing levels for the delightful entertainment of ANNE OF GREEN GABLES and impressive audiences for the demanding content of LE DÉFI MONDIAL. Commercial revenue continued strong, administrative expenses were cut. The CBC's long tradition of service led to its being appointed host broadcaster for Expo 86 in Vancouver.

But we at the CBC also know that the official policy of the Government is one of restraint. The Board of the CBC is fully aware of its responsibilities in the present circumstances and together with the management and the staff of the Corporation, it has done its best to manage the CBC as well as possible during this difficult period.

The performance of the Corporation, in what has been a testing time for everybody, has been recognized by the Nielsen study group which said in its report:

"The study team has reviewed the actions taken by CBC's management to cover these various shortfalls and thinks the general direction taken is appropriate. The funds seem to have been found by cutting or consolidating management and by efficiencies in the programming area."

The Board of the Corporation understands that it is the Government and Parliament who are responsible for the fiscal policy of the country.

The responsibility of the Board and the management of the CBC is to manage a difficult financial situation as well as possible.

However it is also the Board's obligation to advise Parliament and Government of the impact of budget levels on the fulfilment of the mandate given to the CBC by Parliament--and therefore on the level of services that the Corporation can provide.

This we have done and must continue to do. If we did not we would be failing in our statutory responsibilities towards you and towards the public, our ultimate shareholders.

I should take this opportunity to say that, during this period, the staff of the CBC has continued to perform remarkably well. There are constant remarks in the press about the morale of the CBC staff. Considering the drastic staff reductions and the uncertainty we are going through, this is hardly surprising. However CBC programs on both radio and television, in English, in French, in 12 foreign languages on shortwave, in 11 native dialects for the North, have never been better. The comments we get from everywhere, including the press, support this view. So do our audiences.

I'll give only a few examples: ANNE OF GREEN GABLES reached an audience of more than five million people on our English network; better than any imported American program in last fall's peak season. LE TEMPS D'UNE PAIX on our French TV network reached two million every week; for a similar success, an American program in the U.S. would have to reach 80 million people, considering the difference in the size of our French population. On our English radio network MORNINGSIDE reaches an average of one million people a week. In Montreal, a market where there are 10 AM radio stations, the CBC French AM station comes second according to the most recent radio survey.

As for our regional stations, in the course of an average week, over five million Canadians watch our English and French regional television news programs and more than two million tune in to our English and French early morning radio programming.

I think that our staff in the regions and in the networks should receive recognition for their dedication to their task and their remarkable achievements in the course of the last year.

I would like to return to the obligation of the Board and myself to report on the capacity of the Corporation to meet the requirements of the Parliamentary mandate and to maintain the expected level of service. Let me say first that the objectives established by Parliament in the Broadcasting Act are very noble and very demanding. Moreover the demands made upon the CBC by political authorities at all levels of government and by the public are constant and very high. And they are all consistent with the Act.

My experience over 35 years of criss-crossing this country is that Canadians want the CBC. This becomes most obvious when they think that they may lose a few minutes of CBC radio or television programming on the networks or in Thunder Bay or Rimouski or Calgary. The reaction is even stronger when there is any possibility of losing a station, as we found out when we proposed to close our station in Gander.

Two weeks ago the Corporation appeared before the CRTC to argue for the retention of its AM radio service in Halifax. The Nova Scotia Legislative Assembly passed a unanimous resolution supporting the CBC's application, as did the Halifax City Council.

The Nielsen study group had this to say on the subject of the CBC's mandate and on the related issue of funding:

"The complexity of the operation and the uncertainties of the future role of the CBC lead the study team to conclude, however, that the Government may be well advised to refrain from levying any more cuts against the operational budget of the CBC until it has had an opportunity to review and, perhaps, revise the CBC's mandate."

I'm afraid I have to report to you that maintaining CBC services at the level prior to the budget reductions is not possible.

Obviously, the duty of management was, and still is, to try hard to reduce the cost of doing business as much as possible, rather than reducing services. That is the attitude of the Board. It is also what management has tried to achieve and what it has in fact achieved with some success.

The CBC has now reached a point where it is utterly impossible to reduce expenditures to balance our budget without reducing services, including program services. I must concede that it is only understandable that every group, every area of the country, every constituency of the Corporation should say that they should not be affected. This is particularly understandable on the part of those who may be losing their livelihood. There comes a point, however, where if one group is not affected then another group or area has to endure

more pain. On the other hand it is entirely unreasonable to suggest that more than \$150 million could be found in the course of 18 months, in a corporation of the size of the CBC, only by reducing so-called overhead expenditures.

But, in fact, CBC management ranks were cut disproportionately, 50 per cent more deeply, on a per capita basis, than other categories.

In spite of recent reductions, the CBC has made remarkable progress in the employment of women. In the senior management category, the participation doubled from the year 1980 to 1985 (from 5.1 per cent to 10.2 per cent). In the executive group, there was a fivefold increase during the same period. Five of 15 positions at the vice-president level are now filled by women.

We are also pleased by the fact that the Government has appointed more women to our Board. We now have five women and seven men.

To conclude these remarks, ladies and gentlemen, I would like to assure you that the Board and the staff of the CBC remain totally dedicated to the task given to them by Parliament of providing a public broadcasting service to Canadians. They are very conscious of the idea that the CBC must indeed be a service to the public, not a self-serving institution.

In the course of the year we have been asked by the Minister of Communications to provide our views to the Task Force he created on the future of Canadian broadcasting from now until the year 2000. We have done our best to propose a positive perspective as Parliament did when it passed the present broadcasting legislation with only one dissenting vote in 1968. It is also an optimistic view because we are optimistic about this country. We understand that financial difficulties sometimes present themselves and have to be faced. But our Board felt strongly that a plan for the future of Canadian broadcasting should be an imaginative and enthusiastic one. We are encouraged by the fact that most of the reactions to our ideas and proposals were positive.

Particularly well received was our view that it is perhaps time for the Canadian voice to be heard by our southern neighbours through television, since for generations we have been so hospitable to voices from the south--as we still are.

The talented Canadians--inside and outside the CBC--who created the radio and television programs that we put on the air this year and in previous years can do much more. Canada's creative forces are more numerous, more talented, more able than ever before to contribute to the strength of this country and to its image abroad.

But the proportion of foreign programming is constantly increasing in our country and the proportion of available Canadian programming is constantly decreasing. We do have an honorable tradition of hospitality on Canadian airwaves towards voices and views other than our own. In fact, if there are any cultural barriers in Canada, they bar Canadians more than they bar Americans. Indeed, we have more American cultural voices in Canadian broadcasting than we have Canadian voices.

In such a context , I suggest, the importance of the role of the CBC is greater and greater. All the facts show that an overwhelming proportion of contributions to Canadian broadcasting by Canadian authors, composers, performers and artists of all kinds, is through the CBC.

Those of us who have some responsibility for Canadian broadcasting, whether in Parliament, in the CRTC, in the CBC or in private broadcasting, will be judged according to the high standards established by R.B. Bennett in 1932 or by the parliamentarians of 1968 who united to pass the Broadcasting Act or by people such as Graham Spry.

They were concerned with the "complete control of broadcasting from Canadian sources," with the "cultural, economic and political fabric of Canada," and with our own understanding of ourselves and the world.

Therefore in remembering the best moments of this last year on the CBC--and since this is the 50th anniversary of the CBC, of the last 50 years--we can be confident that the Canadian creative community can provide us with a lot more excitement, and a lot more understanding of ourselves--if we ask them.

Dans de telles circonstances, j'estime que le rôle de Radio-Canada est plus important que jamais. Le fait est qu'une très large proportion des contributions que les auteurs, compositeurs, interprètes et autres artistes canadiens apportent à la radiotélévision canadienne a lieu par l'entremise de Radio-Canada.

Tous ceux d'entre nous qui avons une certaine responsabilité à l'égard de la radiotélévision canadienne, que ce soit au Parlement, au CRTC, à Radio-Canada ou dans le secteur privé de la radiotélévision, serons jugés selon les normes élevées établies par R.B. Bennett en 1932, par les députés de 1968 qui se sont unis pour voter la Loi sur la radiodiffusion, ou encore par des gens comme

Graham Spry.

Tous ont cherché à garantir "le plein contrôle de la radiodiffusion de sources canadiennes", à sauvegarder "la structure culturelle, politique et économique du Canada" et à promouvoir notre propre compréhension de nous-mêmes et du monde.

C'est pourquoi, lorsqu'on pense aux meilleurs moments de cette dernière année -- et puisque c'est le 50^e anniversaire de Radio-Canada, je dirai des 50 dernières années -- on peut être certain que la communauté créatrice canadienne saura offrir encore bien davantage d'oeuvres passionnantes, bien davantage de connaissances sur nous-mêmes -- si nous le lui demandons.

CA1
BC
-577



Remarques liminaires
de Pierre Juneau,
président de la Société Radio-Canada

Comité de la Chambre des communes
sur les communications et la culture

Le 20 mai 1986



Monsieur le président, Mesdames et Messieurs, bonjour!

L'année dernière, la Société Radio-Canada a connu une de ses meilleures années, de presque tous les points de vue. En qualité comme en quantité, notre programmation canadienne -- qu'il s'agisse des productions maison ou des émissions réalisées par les producteurs indépendants -- a atteint un niveau sans précédent. Il en a été de même des auditoires. Le récit d'ANNE OF GREEN GABLES a battu tous les records, et LE DÉFI MONDIAL a également attiré un nombre impressionnant de téléspectateurs, malgré la nature exigeante des sujets traités. Les recettes publicitaires se sont maintenues à un niveau élevé, et les dépenses administratives ont été réduites. La longue tradition de service a valu à Radio-Canada d'être désignée diffuseur-hôte à l'occasion d'Expo 86 à Vancouver.

Mais nous savons également à Radio-Canada que le gouvernement a décrété une politique officielle d'austérité. Le Conseil d'administration de la Société est pleinement conscient de ses responsabilités dans la conjoncture actuelle et, de pair avec la direction et le personnel de la Société, il a fait de son mieux pour gérer Radio-Canada aussi efficacement que possible en ces temps difficiles.

La performance de la Société, en cette période qui n'est facile pour personne, a été soulignée par le groupe d'étude Nielsen qui a déclaré dans son rapport :

Le groupe d'étude a passé en revue les mesures adoptées par Radio-Canada pour remédier à ses manques à gagner. A son avis, ces mesures vont en général dans le bon sens. Radio-Canada semble avoir compensé les coupures en réduisant les frais administratifs généraux, en groupant les services de gestion et en rationalisant le domaine de la programmation, notamment les opérations de production.

Le Conseil d'administration n'ignore pas que ce sont le gouvernement et le Parlement qui ont la responsabilité de la politique financière du pays.

La responsabilité du Conseil et de la direction de Radio-Canada est de gérer le mieux possible une situation financière difficile.

Toutefois, le Conseil a également l'obligation d'informer le Parlement et le gouvernement des conséquences des niveaux budgétaires sur la réalisation du mandat que le Parlement a octroyé à Radio-Canada -- et donc du niveau de services que la Société peut offrir.

Nous avons toujours agi ainsi, et nous devons continuer. Autrement, nous manquerions à nos responsabilités légales envers vous et envers le public, nos ultimes actionnaires.

J'aimerais profiter de cette occasion pour vous dire que, durant tout ce temps, le personnel de Radio-Canada a continué à accomplir un travail remarquable. La presse ne cesse de faire des commentaires sur le moral qui règne à Radio-Canada. Etant donné l'importance des compressions de personnel et l'incertitude qui plane, cela n'est guère surprenant. Malgré tout, les émissions de Radio-Canada n'ont jamais été meilleures, que ce soit à la radio, à la télévision, en français, en anglais, dans 12 langues étrangères sur ondes courtes ou encore dans 11 langues autochtones à notre Service du Nord. Les réactions que nous recueillons un peu partout, y compris dans la presse, confirment ce point de vue. Tout comme nos auditoires.

Je me contenterai de quelques exemples : LE TEMPS D'UNE PAIX de notre réseau français de télévision a régulièrement atteint deux millions de téléspectateurs par semaine; pour obtenir un succès équivalent, une émission américaine diffusée aux États-Unis devrait atteindre 80 millions de personnes, compte tenu de la différence de taille de la population francophone. Au réseau anglais, ANNE OF GREEN GABLES a attiré plus de cinq millions de personnes, soit davantage que n'importe laquelle des émissions américaines importées, au plus fort de l'automne dernier. À Montréal, un marché où plus de dix stations de radio MA se font concurrence, la station MA française de Radio-Canada se classe en deuxième position selon le sondage de radio le plus récent. Du côté anglais, notre émission radiophonique MORNINGSIDE est suivie en moyenne par un million d'auditeurs par semaine.

Quant à nos stations régionales, au cours d'une semaine moyenne, plus de cinq millions de Canadiens regardent nos bulletins d'informations régionales de télévision, en français et en anglais, tandis que plus de deux millions écoutent notre programmation radiophonique matinale aux réseaux français et anglais.

Je pense que notre personnel des régions et des réseaux mérite d'être cité pour son acharnement au travail et pour les réalisations remarquables qu'il a accomplies au cours de l'année écoulée.

Mais j'aimerais revenir à l'obligation que le Conseil d'administration et moi-même avons de faire rapport sur l'aptitude de la Société à respecter les exigences de son mandat parlementaire et à maintenir le niveau de service attendu. J'aimerais préciser d'abord que les objectifs établis par le Parlement dans la Loi sur la radiodiffusion sont très nobles et très exigeants. En outre, le public et les autorités politiques à tous les paliers de gouvernement ne cessent d'exercer de fortes demandes sur Radio-Canada, demandes qui sont toutes conformes à la Loi.

Depuis 35 années que je parcours ce pays dans tous les sens, mon expérience m'a appris que les Canadiens réclament les services de Radio-Canada. Ils le font avec encore plus d'insistance lorsqu'ils sont confrontés à la possibilité de perdre quelques minutes de programmation à la télévision ou à la radio de Radio-Canada, au réseau

entier, à Thunder Bay, à Rimouski ou à Calgary. Et lorsqu'il s'agit de perdre une station, la réaction est bien sûr encore plus vigoureuse. Nous l'avons constaté lorsque nous avons proposé de fermer notre station de Gander.

Il y a deux semaines, la Société s'est présentée devant le CRTC pour défendre la préservation de son service de radio MA à Halifax. L'Assemblée législative de la Nouvelle-Écosse a adopté à l'unanimité une proposition de soutien, tout comme le Conseil municipal d'Halifax.

Le groupe d'étude Nielsen a déclaré ce qui suit à propos du mandat de Radio-Canada et de la question de financement qui en découle :

La complexité du service fourni et les incertitudes qui planent au sujet du rôle futur de Radio-Canada amènent toutefois le Groupe d'étude à conclure que le gouvernement sera bien avisé de s'abstenir de toute nouvelle réduction du budget de fonctionnement de Radio-Canada tant qu'il n'aura pas eu l'occasion d'examiner et, le cas échéant, de modifier le mandat de la Société.

Je regrette de devoir vous informer qu'il n'est pas possible de maintenir les services de Radio-Canada à leur niveau d'avant les compressions budgétaires.

De toute évidence, la direction avait le devoir, et elle l'a toujours, de s'efforcer de réduire autant que possible les coûts de son exploitation plutôt que ses services. C'est bien l'attitude du Conseil. C'est également ce que la direction a essayé de faire, et ce qu'elle a d'ailleurs réussi à faire avec un certain succès.

Mais Radio-Canada a désormais atteint un point où elle ne peut tout simplement plus réduire ses dépenses pour équilibrer son budget, sans diminuer également ses services, y compris les services des programmes. Je dois admettre qu'il est tout à fait compréhensible que chaque groupe, chaque région du pays, chaque public de la Société estime devoir être épargné. C'est particulièrement vrai de la part de ceux qui risquent de perdre leur gagne-pain. Mais, à un certain point, préserver un groupe particulier signifie qu'il faut en toucher plus durement un autre. D'autre part, il est totalement vain de prétendre que l'on peut trouver 150 millions de dollars en 18 mois dans une société de la taille de Radio-Canada, tout simplement en réduisant ce que l'on appelle les frais généraux.

En fait, les cadres de la Société ont été touchés de façon disproportionnée, soit 50 pour cent de plus, sur une base individuelle, que les autres catégories.

Malgré les récentes réductions, Radio-Canada a fait des progrès dans le domaine de l'emploi des femmes. A la haute direction, leur participation a doublé entre 1980 et 1985 (elle est passée de 5,1 pour cent à 10,2 pour cent). Au sein du groupe des cadres supérieurs, leur nombre a quintuplé durant la même période. Au niveau des vice-présidences, cinq des 15 postes sont actuellement occupés par des femmes.

Nous apprécions également que le gouvernement ait nommé davantage de femmes à notre Conseil d'administration, qui est désormais constitué de cinq femmes et de sept hommes.

En guise de conclusion, mesdames et messieurs, j'aimerais vous assurer que le Conseil d'administration et le personnel de Radio-Canada demeurent entièrement dévoués à la tâche qui leur a été fixée par le Parlement, celle de fournir un service de radiotélévision public aux Canadiens. Tous ont pleinement conscience que Radio-Canada doit effectivement être un service au public, et non pas un service à sa propre cause.

Au cours de l'année, le ministre des Communications nous a demandé de présenter au Groupe de travail qu'il a créé des propositions pour l'avenir de la radiotélévision canadienne, d'ici l'an 2000. Nous avons fait de notre mieux pour présenter une perspective positive, comme le Parlement l'a fait en 1968 lorsqu'il a voté la Loi sur la radiodiffusion actuelle, à une seule voix près. Nous avons présenté une vision optimiste parce que nous envisageons ce pays avec optimisme également. Nous savons que des difficultés financières surviennent parfois et qu'il faut les surmonter. Mais notre Conseil estimait fortement qu'un plan d'avenir pour la radiotélévision canadienne devait être imaginatif et enthousiaste. Il est encourageant de constater que nos idées et propositions ont suscité, dans l'ensemble, des réactions positives.

Ce fut le cas, notamment, de notre suggestion qu'il était peut-être temps pour les Canadiens de se faire entendre de leurs voisins du Sud à la télévision, étant donné que depuis des générations, nous offrons l'hospitalité aux voix qui nous viennent du Sud.

Tous les Canadiens talentueux -- tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de Radio-Canada -- qui ont créé les émissions de radio et de télévision que nous avons passées à l'antenne cette année et au cours des années précédentes ont encore beaucoup à offrir. Les forces créatrices au Canada sont plus nombreuses, plus talentueuses, plus capables que jamais de contribuer à la vigueur du pays et à l'image qu'il donne à l'étranger.

Mais la proportion des émissions étrangères ne cesse d'augmenter dans notre pays, tandis que celle des émissions canadiennes disponibles ne cesse de diminuer. Nous avons toujours été très accueillants, sur nos ondes, envers les voix et opinions qui nous venaient d'ailleurs. En fait, si vraiment il existe des barrières culturelles au Canada, celles-ci constituent plus un obstacle pour les Canadiens que pour les Américains. Le système de radiotélévision du Canada compte davantage de voix culturelles américaines que canadiennes.

LA1
730
- S77



Remarks by Pierre Juneau
President of the Canadian Broadcasting Corporation
to the Annual Conference of
the International Institute of Communications

Edinburgh
September 11, 1986

In many of our countries, profound debates about the role and future of broadcasting are taking place. Such debates are occurring in Britain, France, Germany, many other European countries, and certainly Canada. Dozens of issues are being discussed. In these brief remarks I have chosen to deal with only two issues which in my mind are fundamental.

Will the world be a better place and will the public be served better if broadcasting is treated strictly as a business and not as a public service? No doubt private broadcasting, like the motion picture business, contributes considerably to public information and entertainment. Moreover, the advent of technologies that offer a multiplicity of distribution methods inevitably calls for more programming which will then require more private investment.

Larger markets will also be required to finance more production which will mean more exports and evidently more imports, particularly from the United States where broadcasting is above all a business.

Such an evolution is inevitable.

I believe, however, that broadcasting should also be something else as it has always been in this country for instance and in mine, not to speak of a large number of other countries.

Anthony Smith in The Shadow in the Cave quotes a statesman who said:

"Radio is not to be considered merely as a business carried on for private gain, for private advertisement, or for the entertainment of the curious. It is to be considered as a public concern, impressed with a public trust, and to be considered primarily from the standpoint of public interest."

The gentleman who said this was not European or Canadian. He was Herbert Hoover.

This thought which was expressed by many public figures at the origin of broadcasting in the twenties and thirties has not been rendered obsolete by technology as some would have us believe. Technology does indeed present opportunities for business. But the reasons for using broadcasting in the public interest are more valid then ever.

Public broadcasting, like public education, puts ideas and culture at the disposal of all the people, not only of those who can afford to decorate their lives with expensive manifestations of culture.

Governments, important business firms, powerful people all want to be associated with outstanding architecture, elegant paintings, great music or theatre, either because they appreciate their value or because art and music and theatre mean status in society. They also know that ideas and information translate into power.

Thus, there is a constant tribute paid by important people and institutions to culture and information.

If culture and art and ideas are valuable for important people they are equally important for ordinary citizens.

Like education, broadcasting is, therefore, and will remain, an essential element of democracy.

Broadcasting is not just an element or section of culture. It is today the most powerful manifestation or mirror of culture.

It has become the principal theatre, the principal disseminator of news, the principal vehicle of entertainment. It has become the national performance stage, and the national forum of information and debate.

Culture is how a country looks at the world by itself, and how it speaks about the world on its own.

It is how a country plays, rejoices and laughs. How it expresses its dreams and hopes. How it sees and talks about its past and its future. How it talks to its children about the things that are dear to it.

It reflects what a people cares about.

Culture, like life itself, is infinitely diverse.

It is of course the conservation and appreciation of past accomplishments -- in architecture, in literature, in music, in painting, in sculpture, and in film.

But it is also innovation, creation; it is inspiration for the present and the future.

It is confidence.

It is a capacity for dialogue with others.

It is sovereignty of the mind.

It will remain, therefore, essential to the sovereignty of nations.

My second point has to do with broadcast journalism.

I have become somewhat uneasy about the future of broadcast journalism and the freedom of information.

I have sensed a rising impatience with television journalism over the last fifteen years or so, on the part of governments of various political colours.

I also wonder sometimes if some of the efforts to privatize or pare down national broadcasters mask a desire to diminish the inconveniences of news departments, and the searching documentary productions and programs of inquiry and debate produced by those institutions.

Public broadcasting in free societies has traditionally devoted much attention to social, economic and political issues. Like newspapers in the private sector, public broadcasters have frequently jolted public sensibilities and challenged or criticized governments.

How could such journalistically active organizations -- created and financed by government -- fail to come under the control of politicians and bureaucrats?

A bold principle was established: the institution would be run at arm's length. Not only would there be no interference but there would be tolerance towards a journalistic role that would inevitably sometimes conflict with the views and interests of those in power.

A similar attitude was adopted in relation to the financial support of other forms of cultural activity.

This attitude was based on a very strong political philosophy which taught that public debate, artistic expression, free circulation of ideas is in the long run a wise policy for a government to uphold. It was based also on a fundamental belief in the common sense of the general public; on its ability to make up its mind sensibly if reasonably well informed. It was accepted that irritations might arise in the short run but in the long run the public interest would benefit if they were endured.

It was no doubt as important a principle as the one behind an independent judiciary or a professional non-political civil service.

This then was the understanding on which public broadcasting and its important journalistic component were based. There are signs that this understanding is perhaps eroding.

There seems to have been, in many countries, a rising irritation with the media in general over the last, say, fifteen years; with the press, with large private networks and with public broadcasting organizations.

But whereas politicians cannot do much about the private media except occasionally express their irritation, they feel they can and perhaps should do something about the organizations over which they have statutory and financial authority.

The journalistic activities of public broadcasting with which I am familiar are not more critical of governments or of traditional thinking than the most respected newspapers.

But again there is little the politician can do about newspapers or private radio or television networks whereas the temptation to curb the publicly funded broadcaster is difficult to resist.

More and more, in private discussions, we hear remarks such as these:

- Why should governments be paying for networks which produce programs and reports which may make their policies look bad?
- Why do we need all these newscasts -- the private networks are producing news?
- Why do you always favour leftist opinions?

- Why don't you stick to cultural production, to doing things which the private sector won't do?

- Why should we be funding our own critics?

One politician, himself often critical of CBC journalism, in a conversation with me, once compared the phenomenon of increasing irritation in the minds of some politicians to increasing levels of mercury poisoning in fish. It builds up over time, he said, and can ultimately kill all sympathy for public broadcasting.

It is very difficult, therefore, not to fear a certain linkage between the resentment towards information programming by public broadcasters and the attitude of governments towards them, particularly where it is a question of finance.

I have sometimes asked my colleagues who head some of the main newspapers in Canada, which certainly cause as much irritation to governments as does the CBC, if not more, how they would like to have to go and ask for government financial support the day or the week after they have run an embarrassing story on some activity of that government.

It is because of this uncomfortable position of public broadcast journalism that all commissions of inquiry on broadcasting in Canada have recommended a funding system more consistent with the arm's length principle. I would be surprised for instance if the latest inquiry into Canadian broadcasting which is to report in the next two weeks did not do the same.

I should make it quite clear that in the years I have been associated with public broadcasting I have not witnessed any attempts by governments to interfere directly with information programs. Moreover it must be acknowledged that irritation is not the only cause of budget cuts. Economic problems may sometimes require a general reduction in public expenditures and publicly funded broadcasters cannot expect to be exempted.

Nevertheless attitudes have changed.

It is not easy to try to explain why a change in attitude has taken place on the part of governments whose predecessors had invented the arm's length principle and presumably were prepared to pay the price for it. Perhaps journalism became more militant and to many politicians the philosophy of the past appeared to be naive and unrealistic. If some journalists -- particularly in publicly supported institutions -- were going to use their privilege to propagate their own political or social ideologies then the rules of the game were not respected any more and new rules were required.

Such reactions are understandable but in my view shortsighted. Journalists on the whole have always tended to be a reformist bunch, maybe more so in recent decades. Those in public broadcasting have not differed materially from their colleagues in the private media.

There is something which needs to be said about the tradition of public service journalism invented in this country, the tradition of independent news departments and public affairs programs, which adhered to non-partisan traditions without eschewing controversy.

It can be said proudly. It worked.

No government has been toppled by the press, or by broadcasting, private or public. Quite the contrary; it is public awareness that has been heightened and therefore democracy strengthened.

For over fifty years, through the greatest war in history, through cold wars, propaganda wars, depressions, scientific revolutions, it worked. The concept of the non-partisan journalist, the public service broadcaster -- worked. The history of the past five or six decades has shown no fundamental flaw in this intricate and subtle idea. This is no small tribute to the general conduct of governments during that period, it must be acknowledged.

These concepts have not only worked, but have also, I would suggest, become essential ingredients in maintaining the pluralistic character of our modern democracies.

The increasing attacks on the size of establishments, the constant push for contracting out vast sections of production to private producers, have many legitimate roots in concerns about bureaucracy, inefficiency, and closed-shop elitism. I recognize that.

But could they also be part of a perception that a multiplicity of small units, rather than one big organization, is easier to influence -- even to push around?

I believe some of these hostile voices are more attracted by visions of a more docile alternative, recognizing that independent productions are more likely to be entertainment oriented, and that inconvenient examinations of national problems are less likely to be produced by a system which demands a commercially viable product, often produced for export.

My view is that we need a tradition of independent, non-partisan and non-commercial broadcasting just as we needed, in a modern democracy, a state supported school system, public libraries, universities with access based on merit, national theatres and a non-partisan civil service.

Never has this idea been more relevant, and more critical to our democracies, than today. Massive concentrations are occurring in private broadcasting, not only nationally but internationally. The technological changes in broadcasting make national cultures more vulnerable than ever before.

Massive concentrations, massive markets present some advantages. They even make room occasionally for innovation by exceptional individuals. But as my compatriot Northrop Frye has often said, culture has a sort of vegetable quality. Every significant work of the imagination springs from a particular part of the world's geography.

T.S. Eliot and Kenneth Boulding tie culture to forces that are the very opposite extremes of the global boardrooms, namely family, neighbourhoods, regions and religion. They warn against the sterility of cultural products resulting only from industrial processes.

Publicly supported institutions do sometimes become insensitive to creative forces in their community but their responsibility and their record in this respect are clearly established.

The challenge of the future is to preserve and enhance the values that have distinguished public broadcasting since its inception -- a belief in the importance of independent journalism, a sense of social responsibility and a commitment to the creative imagination.



Statement by Pierre Juneau,
President of the Canadian Broadcasting Corporation,
to the CRTC Public Hearing
to consider the renewal
of the television network licences of the CBC

October 15, 1986



Mr. Chairman, members of the Canadian Radio Television Commission. I appear before you today in the name of the Canadian Broadcasting Corporation.

The Broadcasting Act of 1968 prescribes that the Corporation shall consist of "a President and fourteen other directors to be appointed by the Governor in Council". Several of those directors, from different parts of the country, are here with me today and I would like to take this opportunity to introduce them to you. I would also like to introduce some of my management colleagues.

The Board of Directors, according to the Broadcasting Act, is the Corporation. It is the Directors who are responsible to Parliament for the CBC's activities in radio and television, in English as well as in French, in radio and television, at the local, regional and national levels. Their presence here today testifies to the seriousness with which they regard that responsibility.

Today's hearing represents the convergence of three important events. There is the network licence hearing itself, the first occasion in almost a decade for CBC television to report on itself to Canada's broadcast regulator, and through your Commission to Parliament and the public.

Then there is the issuance of the Report of the Task

Force on Broadcasting Policy, the most comprehensive analysis of the Canadian broadcasting system to be undertaken in more than 20 years. And finally there is the fiftieth anniversary of the CBC which will be officially celebrated in just over two weeks from today.

Let me first say on behalf of all the employees of the CBC, both past and present, how proud we are of the achievements of the past 50 years, both in radio and in television.

Let me also express on their behalf our satisfaction that a report of the quality and stature produced by the Caplan-Sauvageau Committee so firmly endorses a "substantially expanded public sector in broadcasting with the CBC as its major component". And let me go so far as to express the hope that once this hearing is over, the CBC will have justified the same kind of

endorsement and support from the CRTC.

The CBC is here today to account to the Canadian public and to Parliament, through the intermediary of this Commission, for the way it has managed its English and French television networks during the past seven years. I would be the last one Mr. Chairman to underestimate the mission and the importance of this body.

The object of the hearing is also to permit the CBC to set out its plans for the coming years, that is for the duration of the licence which must be renewed. It would be astonishing if, only a few weeks after the publication of a report as important as that of the Caplan-Sauvageau committee, the CBC did not talk about its plans for the future. So we intend to do so during our presentation tomorrow.

As far as the present and the immediate future are concerned, however, both the CBC and the CRTC must face up to the almost insurmountable difficulties which confront the Corporation.

Broadcasting is utterly dependent on two things - talent and financial resources. The greatest galaxy of talent cannot produce first class programs with minimal budgets and all the money in the world cannot conjure up great programs if the talent isn't there.

But talent is not our problem. As you will hear from Denis Harvey and Franklin Delaney, the CBC is convinced that Canada has all the talent necessary to do the things we want to do, not just on the CBC but in private broadcasting and in new program services which may be created.

The problem for the CBC is resources. In the past the problem was the uncertainty which has characterized the Corporation's financial history for about a decade. In future, according to current indications, the CBC must anticipate a continuous reduction in the real resources available to it.

On the one hand the abundance of talent gives us the confidence that the CBC can reach new heights in Canadian television, and the hope that there will be a chance to do so. On the other hand we must acknowledge the impact of reality on those plans.

Nevertheless the very positive public reaction to the Caplan Sauvageau Report and to the Committee's comments on the CBC should be recognized. So should the supportive comments of both the current Minister of Communications and her predecessor.

A few months ago Mr. Masse referred to the CBC as "...one of the great links in the Canadian community... For fifty years now, a strong and vibrant CBC has been central to the health of the Canadian community as a whole..." The current Minister of Communications, Miss MacDonald, said recently that "The significance of the CBC's role can hardly be overstated. It has ensured a powerful Canadian voice for broadcasting in our country. It has exploited fully the potential of communications technologies. It has strengthened Canadian unity. And it has helped fashion our national consciousness."

And I draw your attention also to the words of the recent Speech from the Throne in which the Government vows "... to strengthen the Canadian broadcasting system and renew our commitment to Canadian cultural values..."

Let me therefore leave reality for tomorrow. Today let's talk about confidence and hope. My colleagues the Vice-Presidents of English and French Television will tell you in greater detail later what the CBC is and what it could be. My purpose is to review very rapidly some of the accomplishments of the CBC since the last time the Corporation appeared before you with respect to its network television licences.

What has the CBC meant to Canadian television programming in that period? What would Canadian prime time television have looked like without the CBC? How would the creative community have fared, not just the 11,000 or so permanent employees of the CBC but the thousands of freelance actors, writers, musicians, artists and technicians who have worked on CBC programs in those years? These are the people to whom the Corporation has paid more than \$780 million dollars

since 1979 in its role as the most important source of support in the country for the artistic community?

How would the independent production sector have developed without the expanded commitment of the CBC, and here I must also acknowledge the Broadcast Fund?

Here are the facts. The amount of Canadian programming on the CBC in prime time, as measured by the CRTC for the October to March period, has vastly increased. On the English network between 8 and 11 p.m. from 67% to 87% during the licence period. On the French network from 59% in 1980/81 to 85% in 1985/86. Again these are the Commission's own figures.

The English network now carries substantially less U.S. programming in prime time than does the BBC, the CBC French network less than the public networks in France.

Despite the licencing of new stations and new cable services, the CBC has stabilized its share of English viewing and increased its share of French viewing.

The quantity of drama programs has increased where it is needed most - in prime time on the English television network - from some 75 hours in 1979 to over 125 hours in 1986. The quality of those programs is reflected in audience response - from well over 2 million for programs as different as CHAUTAUQUA GIRL and CHARLIE GRANT'S WAR to an unheard of 5.4 million for ANNE OF GREEN GABLES.

What is more astounding is the high audience and share for French drama programs. The almost 2.4 million regular viewers of LE TEMPS D'UNE PAIX represented 74% of all francophones watching television; the more than two million who regularly watched LA BONNE AVENTURE

represented a 65% share. As a comparison the audience achieved by the BILL COSBY show in the U.S. - one of the most successful TV shows ever - represents a share of 51 per cent.

Many of the most successful programs presented during the last seven years reflect the success of the CBC's commitment to private sector producers. The CBC's goal - as Canadian programming increases - is that 50% of its TV programming other than news, current affairs and sports, should come from independent producers. In this licence period, from what amounts to a standing start, the contribution of independent producers to drama and entertainment programming has reached an average of 33% on the English network and 31% on the French network.

Children's programming has been a particular focus of independent producers and most of the substantial

increase in both the quality and quantity of children's programming on our English television network can be attributed to private sector producers.

News and current affairs has always been important to the CBC and the major investment in the creation of THE JOURNAL and LE POINT and the move of THE NATIONAL and LE TELEJOURNAL to new time slots have paid off very handsomely. THE FIFTH ESTATE achieved international recognition by winning both an Academy Award and an International Emmy Award.

Overall, since 1979, English and French network programs have won two Academy Awards, five International Emmys, three Golden Roses at Montreux, the Prix Italia and a host of other prestigious awards. This year CBC programs won three North American Emmys as well. I would venture that no other broadcaster in the world

could match that.

I'm struck by the fact that the CBC is fortunate that this hearing is taking place in 1986 rather than 1983 as would normally have been the case. Fortunate because during those three years the CBC has demonstrated the triumph of creative energy over adversity. Budgets have been cut, staff has been reduced, by attrition, by abolition of vacant positions, and regrettably in some 420 cases, by lay off. There are currently nearly 1400 fewer jobs at the CBC than there were three years ago.

Program budgets have had to be cut because, despite a major effort to take as much as possible out of administration, it wasn't possible to exempt programming. The regions have suffered. The climate has frequently been hostile, the rumours have flown. It would be hard to think of a more difficult period.

And yet, thanks to the dedication of the staff, for the CBC it has been one of notable achievement. The creative spirit has not been dimmed because some of our best ever programs - dramatic series and specials such as EMPIRE INC., GENTLE SINNERS, CYRANO DE BERGERAC, LE PARC DES BRAVES and the very successful earlier series TERRE HUMAINE have been shown to overwhelming audience response; commercial revenues have climbed by nearly 40%, reflecting the strength of audience interest; there have been measurable increases in the performance and productivity of CBC staff.

To put it simply, the CBC has succeeded in doing more with less. Costs per broadcast hour, measured in constant dollars, declined in 1985/86 by comparison with the previous year. Advertising revenue increased at a rate substantially higher than that for private

television. Prime time Canadian content also increased on both networks and audience reach continued to climb. During the past seven years we improved coverage by adding transmitters; a major production centre was created in Regina and entirely new facilities were opened in Sept-Îles. During that same seven year period not a single CBC station was closed.

I am proud of what has been achieved during the last few years, of what has been accomplished in a climate of uncertainty, of budget reductions and declining staff.

I wish I could be as euphoric about the future as I am proud of the past. Because there is much more to be done, in replacing otherwise available commercial U.S. programming, in redressing the still unacceptable imbalance between Canadian and foreign drama programs,

in giving viewers the Canadian viewing opportunities they so manifestly desire.

We have our vision of the future. But now I propose to hand things over to Messrs. Harvey and Delaney so that they may tell you in greater detail about their stewardship, about CBC television's performance in the immediate past and about their reasons for confidence in Canadian creativity.



Exposé de Pierre Juneau,
président de la Société Radio-Canada,
à l'audience publique du CRTC
pour le renouvellement des licences
des réseaux de télévision de la Société

le 15 octobre 1986

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Conseil de la radiotélévision canadienne. Je comparais aujourd'hui devant vous au nom de la Société Radio-Canada.

La Loi sur la radiodiffusion de 1968 prescrit que la Société sera composée "d'un président et de quatorze autres administrateurs nommés par le gouverneur en conseil". Plusieurs de ces administrateurs, venant de diverses parties du pays, sont ici aujourd'hui avec moi et j'aimerais profiter de cette occasion pour vous les présenter. J'aimerais aussi vous présenter certains de mes collègues de la direction.

D'après la Loi, le Conseil d'administration est la Société. C'est lui qui doit rendre compte au Parlement des activités de la Société dans les domaines de la radio et de la télévision, aussi bien de langue française que de langue anglaise, aux niveaux local, régional et

national. La présence de ces administrateurs et administratrices témoigne du sérieux avec lequel ils conçoivent cette responsabilité.

L'audience d'aujourd'hui est la convergence de trois grands événements. C'est d'abord l'audience de renouvellement des permis d'exploitation des réseaux qui, pour la première fois depuis presque dix ans, donne à Radio-Canada l'occasion de présenter ses activités de télévision à l'agence de réglementation canadienne en matière de radiodiffusion et, par votre intermédiaire, au Parlement et au public.

C'est ensuite la publication du Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, l'analyse la plus complète du système canadien de radiotélévision qui ait été réalisée depuis plus de vingt ans. Et c'est, finalement, le cinquantenaire de Radio-Canada que l'on célébrera officiellement dans deux semaines.

Laissez-moi d'abord vous dire, au nom de tous les employés de Radio-Canada, passés et présents, à quel point nous sommes fiers des progrès accomplis pendant ces cinquante dernières années, que ce soit à la radio ou à la télévision.

Permettez-moi également exprimer en leur nom notre satisfaction devant le fait qu'un document de la qualité et de l'envergure du rapport du Comité Caplan-Sauvageau encourage aussi fermement "l'expansion du secteur public autour de sa principale composante, Radio-Canada". Et

j'irai jusqu'à exprimer l'espoir qu'une fois cette audience publique terminée, Radio-Canada aura justifié ce même genre d'encouragement et d'appui de la part du CRTC.

Radio-Canada est ici aujourd'hui pour témoigner devant le public canadien et devant le Parlement, par l'intermédiaire du CRTC, de la façon dont elle a géré ses réseaux de télévision français et anglais depuis sept ans. Et je serais le dernier, monsieur le président, à vouloir sous-estimer le mandat et l'importance de cet organisme.

Cette audience a également pour objet de permettre à Radio-Canada de présenter ses plans pour les années qui viennent, c'est-à-dire pour la durée du permis d'exploitation dont nous demandons le renouvellement. Il paraîtrait surprenant que, quelques semaines après la publication d'un rapport aussi important que celui du Comité Caplan-Sauvageau, Radio-Canada ne parle pas de ses plans d'avenir. C'est pourquoi nous avons l'intention de vous les présenter demain.

En ce qui concerne le présent et l'avenir immédiat, Radio-Canada et le CRTC ont à faire face aux difficultés pratiquement insurmontables qui confrontent la Société.

La radiotélévision dépend essentiellement de deux choses - le talent et les ressources financières. Le plus grand réservoir de talents au monde ne peut produire d'émissions de premier ordre sans un minimum

d'argent et tout l'argent du monde ne peut financer de belles émissions s'il n'y a pas de talent.

Or, le talent ne pose pas de problème. Comme Franklin Delaney et Denis Harvey vous le diront, Radio-Canada est convaincue que notre pays a tout le talent nécessaire pour ce que nous voulons faire, non seulement à Radio-Canada mais dans le secteur privé et même dans les nouveaux services de programmation qui verront le jour.

Le problème de Radio-Canada, c'est l'argent. Auparavant, nous avions à faire face à l'incertitude qui caractérise les annales financières de la Société depuis environ dix ans. Mais d'après les indications actuelles, le problème à l'avenir serait plutôt que Radio-Canada doit s'attendre encore à une réduction continue des ressources réelles dont elle pourra disposer.

D'un côté, l'abondance de talents nous laisse présager que Radio-Canada peut atteindre de nouveaux sommets en télévision canadienne et nous donne l'espoir que nous pourrions y arriver, mais de l'autre nous devons tenir compte de l'impact de la réalité sur ces plans.

Malgré tout, on ne peut ignorer l'accueil favorable réservé au Rapport Caplan-Sauvageau ainsi que les propos du comité à l'égard de Radio-Canada. Il en va de même des commentaires encourageants de la ministre des Communications et de son prédécesseur. Il y a quelques mois, Monsieur Masse parlait de Radio-Canada en ces termes : "... c'est

un véritable trait d'union dans la société canadienne... Pendant les cinquante dernières années, la Société Radio-Canada, par sa force et son dynamisme, a joué un rôle fondamental dans le maintien de la vigueur de la radiodiffusion canadienne et même de la société canadienne en général..." Et Madame MacDonald, l'actuelle ministre des Communications, déclarait récemment : "On ne peut trop insister sur l'importance du rôle de Radio-Canada. Cette société a donné à la radiodiffusion de notre pays une voix canadienne puissante. Elle a exploité pleinement le potentiel des technologies des communications. Elle a renforcé l'unité canadienne et a contribué à modeler notre prise de conscience nationale".

J'attire également votre attention sur ce passage du récent Discours du Trône dans lequel le gouvernement s'engage à "...renforcer le système de radiotélévision canadien et renouveler son engagement à l'égard des valeurs culturelles canadiennes..."

Nous aborderons la réalité demain. Aujourd'hui, nous parlerons de confiance et d'espoir. Mes collègues, les vice-présidents de la télévision française et anglaise, vous diront en plus de détails ce qu'est Radio-Canada et ce qu'elle pourrait être. Pour le moment, j'aimerais passer en revue très rapidement certaines des grandes réalisations de Radio-Canada depuis le dernier renouvellement des permis d'exploitation des réseaux de télévision.

Quel rôle Radio-Canada a-t-elle joué pendant cette période dans la programmation télévisuelle canadienne? À quoi aurait ressemblé la télévision aux heures de grande écoute sans Radio-Canada? Que serait devenu le monde des artistes et des créateurs, pas seulement nos 11 000 employés permanents mais les milliers d'acteurs, auteurs, musiciens, artisans et techniciens à la pique qui ont travaillé à nos émissions pendant toutes ces années? Tous ceux et celles à qui la Société a versé plus de 780 millions de dollars depuis 1979 à titre de principal pourvoyeur de la communauté artistique au pays?

Comment le secteur de production indépendant se serait-il développé sans la participation accrue de Radio-Canada, et je reconnais ici également le rôle du Fonds de production d'émissions canadiennes?

Voici les faits. La quantité des émissions canadiennes à Radio-Canada aux heures de grande écoute, telle que le CRTC l'a mesurée pour la période d'octobre à mars, a considérablement augmenté. Au réseau français, entre 20 h et 23 h, elle est passée de 59 pour cent en 1980-1981 à 85 pour cent en 1985-1986. Au réseau anglais, de 67 pour cent à 87 pour cent pendant la dernière période des permis. Et je répète que ces chiffres sont ceux du CRTC.

Le réseau français de Radio-Canada diffuse actuellement moins d'émissions américaines aux heures de grande écoute que ne le font les réseaux publics en France et le réseau anglais beaucoup moins que

la BBC. Malgré les nouvelles stations et les nouveaux services de câble qui ont obtenu des permis, Radio-Canada a accru sa part de l'écoute française et stabilisé celle de l'écoute anglaise.

Le nombre des dramatiques s'est multiplié là où elles étaient le plus nécessaires, aux heures de grande écoute, au réseau anglais de télévision - de 75 heures en 1979 à plus de 125 heures en 1986. La qualité de ces émissions s'est traduite par un accueil encourageant du public - plus de 2 millions pour des émissions aussi différentes que CHAUTAUQUA GIRL et CHARLIE GRANT'S WAR, jusqu'à un chiffre sans précédent de 5,4 millions pour ANNE OF GREEN GABLES.

Encore plus remarquable est le vaste auditoire des dramatiques françaises et la part qu'elles se sont taillées sur le marché. Les quelque 2,4 millions de téléspectateurs du TEMPS D'UNE PAIX en moyenne chaque semaine représentaient 74 pour cent de tous les francophones à l'écoute de la télévision; les 2 millions et plus qui ont regardé LA BONNE AVENTURE en moyenne chaque semaine correspondaient à une part de 65 pour cent. Par comparaison, l'auditoire qu'obtient BILL COSBY aux États-Unis, une des émissions les plus populaires de l'histoire de la télévision, ne représente qu'une part de 51 pour cent.

Bon nombre des émissions populaires diffusées au cours des sept dernières années sont la preuve que l'engagement de Radio-Canada à l'égard du secteur privé est un grand succès. Notre objectif - au fur

et à mesure que la programmation canadienne augmente - est que 50 pour cent de notre programmation télévisuelle autre que les nouvelles, les actualités et les sports, proviennent des producteurs indépendants. Pendant la dernière période de permis, en partant pratiquement de rien, la contribution des producteurs indépendants à la programmation dramatique et de divertissement a atteint une moyenne de 31 pour cent au réseau français et de 33 pour cent au réseau anglais.

Les producteurs du secteur privé se sont particulièrement intéressés aux émissions jeunesse et une grande partie de l'amélioration de la qualité et de l'accroissement de ce genre d'émissions à notre réseau anglais peut leur être attribuée.

Les nouvelles et les actualités ont toujours été un domaine prioritaire pour Radio-Canada et l'investissement majeur engagé dans la création du POINT et de THE JOURNAL, ainsi que le déplacement du TÉLÉJOURNAL et de THE NATIONAL à de nouveaux créneaux horaires a porté ses fruits. THE FIFTH ESTATE s'est acquis une renommée internationale en remportant deux Oscars et un Prix Emmy International.

Dans l'ensemble, depuis 1979, les émissions des réseaux français et anglais ont remporté deux Oscars, cinq Emmy Internationaux, trois Roses d'Or de Montreux, le Prix Italia et toute une série d'autres prix prestigieux. Cette année encore, nos émissions ont gagné trois Emmy

nord-américains. Je serais prêt à avancer qu'aucun autre diffuseur du monde entier ne pourrait se targuer d'aussi beaux résultats.

Je tiens à faire remarquer l'heureux concours de circonstances qui fait que cette audience a lieu en 1986 et non en 1983, comme cela aurait dû normalement être le cas. En effet pendant ces trois années, Radio-Canada a fait la preuve que l'énergie créatrice peut triompher de l'adversité. Les budgets ont été coupés, le personnel a été réduit, par attrition ou par l'abolition de postes vacants et malheureusement aussi par quelque 420 licenciements. Il y a actuellement près de 1 400 postes de moins à Radio-Canada qu'il n'y en avait il y a trois ans.

Nous avons dû réduire le budget de certaines émissions car, malgré tous nos efforts pour nous limiter à l'administration, il a fallu également toucher à la programmation. Les régions ont souffert. Le climat a fréquemment été hostile, et toutes sortes de rumeurs se sont répandues. Il serait difficile d'imaginer une période plus pénible.

Et pourtant, grâce au dévouement de son personnel, les réalisations de Radio-Canada pendant cette période ont été particulièrement florissantes. La créativité ne s'est pas affaiblie, car certaines de nos meilleures émissions - la série très populaire TERRE HUMAINE, des téléromans et des dramatiques comme LE PARC DES BRAVES, CYRANO DE BERGERAC, EMPIRE INC. et GENTLE SINNERS - ont reçu un accueil enthousiaste du public; les recettes publicitaires ont grimpé de près

de 40 pour cent, témoignant du vif intérêt des téléspectateurs; le personnel de Radio-Canada a également fait preuve d'un regain mesurable de performance et de productivité.

Autrement dit, Radio-Canada a réussi à faire plus avec moins. Les coûts par heure d'émission, mesurés en dollars constants, ont diminué en 1985-1986 par rapport à l'année précédente. Les recettes publicitaires se sont accrues à un rythme nettement plus rapide qu'à la télévision privée. La teneur canadienne aux heures de grande écoute a également augmenté aux deux réseaux et la portée de l'auditoire continue de s'étendre. Pendant les sept dernières années, nous avons amélioré le rayonnement en installant de nouveaux émetteurs; nous avons créé un grand centre de production à Regina et ouvert de nouvelles installations à Sept-Iles. Pendant cette même période, de sept ans, nous n'avons fermé aucune de nos stations.

Je suis fier de nos réussites de ces dernières années, de ce que nous avons accompli dans un climat d'incertitude, de compressions budgétaires et de réduction de personnel.

J'aimerais pouvoir être aussi enthousiaste pour l'avenir que je suis fier du passé. Car il y a encore beaucoup à faire, remplacer des émissions commerciales américaines, redresser le déséquilibre inacceptable entre les dramatiques canadiennes et étrangères, donner aux téléspectateurs les émissions canadiennes qu'ils souhaitent tant.

Nous avons notre vision de l'avenir. Mais je donne maintenant la parole à MM. Harvey et Delaney qui vont vous parler plus précisément de leurs secteurs, de la performance très récente de la télévision de Radio-Canada et des raisons qu'ils ont d'avoir confiance dans la créativité canadienne.



Statement by Pierre Juneau,
President of the Canadian Broadcasting Corporation,
to the CRTC Public Hearing
to consider the renewal
of the television network licences of the CBC
(1)

October 16, 1986



Mr. Chairman and members of the Commission.

Yesterday, we talked about what CBC television has been over the last seven years, what it is now and our reasons for confidence in the future if the future were dependent only on the talent available, the dedication of our staff and the energy of the Canadian broadcasting and film community.

Today, we must deal with the immediate reality as it appears to the Corporation and its Board of Directors.

However encouraging and stimulating the Caplan-Sauvageau recommendations may be, they are not the immediate reality that the CBC must face now and that the Commission has to take into account during these deliberations.

The Commission has insisted that the Corporation describe in its application its plans for the next five years. However it was only three weeks ago that our Board found itself in a position to approve the CBC's five year corporate plan which establishes our budgetary framework between 1987-88 and 1991-92 and which is based on the financial indications received from the Treasury Board. The same years presumably that will apply to our network television licences.

The purpose of this plan is to describe for the government the CBC's near term operating intentions,

within the context of the overall broadcasting environment and accurate projections of the economic circumstances of the Corporation. The plan estimates the CBC's commercial revenue expectations over the next five years and indicates how the Corporation intends to meet anticipated budget limitations.

I should point out that at this stage the Plan is not final. It has to be discussed with the Minister of Communications and should be approved by her. According to the budget cycle the Corporation should receive a final answer from the Treasury Board early in 1987. This means that until then the Corporation will not know definitely what its 1987-88 budget will be.

In fact at this point we don't know whether the Treasury Board will accept a multi-year framework or whether, as in the past, only one year estimates will be approved.

The CBC's budget cycle does not coincide with its licencing cycle. This inconsistency has been noted by Caplan-Sauvageau and they have recommended that it be corrected. They argue that when the licence obligations of the CBC are being considered by the Commission, the Commission should be in a position to take into account a relatively clear resource framework for the Corporation. This need not mean that the Commission should attempt to replace the CBC Board or the CBC management and make decisions as to how the Corporation should spend its money.

This is not the case for private broadcasters and neither should it be the case for the CBC.

In the case of private broadcasters, however, by using conventional business indicators the Commission can

estimate the general increases in revenue and expenditure, determine whether there will be larger profits and therefore whether or not the private applicant will be able to invest more money in services or, for instance, in improving programs.

In other words the applicant and the Commission can, within reason, plan for five years.

In the case of the CBC, the ability to plan effectively does not depend mainly on business or market conditions but mainly on government decisions concerning the parliamentary appropriation of the Corporation. I say mainly because this appropriation represents some 75% of CBC income.

Although the corporate plan has to be submitted for five

years there is no guarantee that the actual appropriations year by year will follow the plan. Many factors may and do have an impact each year on the level of funding; above all, but not exclusively, the fiscal policy of the government.

However, for the purpose of this hearing we have no other option but to start from the financial framework or Corporate Plan which is based on the financial constraints the Corporation has received.

I am going to ask Sheelagh Whittaker, CBC's Vice-President of Planning and Corporate Affairs to present the salient points of our Corporate Plan to you. She will indicate the assumptions on which the plan is based, the anticipated income including advertising and other revenue, forecast expenditures for the same period and the forecast shortfall.

Ms. Whittaker will then indicate how the Corporation might attempt to deal with part of the shortfall, in theory at least, by internal means such as across the board compressions, cuts in services, administration, programming, etc. Essentially what we have been doing for the past several years.

I say "in theory at least" because I shall then ask Messrs. Delaney and Harvey to give you some indication of what managing just part, and only part, of the shortfall will do to their program schedules over the next five years, and what previous reductions have already done to those schedules. One of our Board members has described this horizontal approach to expenditure reduction as "squeezing the oranges in the basket".

It is obvious, however, that there isn't enough juice left in those oranges to achieve all of the required reductions in expenditure. To extend the metaphor somewhat, many of the oranges in the basket will have to be removed entirely if the shortfall is to be eliminated.

Once you have heard from the two network vice-presidents, it will therefore, be my responsibility to indicate to you the type of choices that must be envisaged.



Exposé de Pierre Juneau,
président de la Société Radio-Canada,
à l'audience publique du CRTC
pour le renouvellement des licences
des réseaux de télévision de la Société
(1)

le 16 octobre 1986

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Conseil.

Hier, nous avons parlé de la télévision de Radio-Canada : de ce qu'elle a été au cours des sept dernières années, de ce qu'elle est à l'heure actuelle et des raisons pour lesquelles nous avons confiance en l'avenir, si celui-ci ne dépendait que du talent disponible, du dévouement de notre personnel et de l'énergie du milieu canadien du film et de la radiotélédiffusion.

Aujourd'hui, nous devons aborder la réalité immédiate, telle qu'elle se présente à la Société et à son Conseil d'administration. Même si les recommandations du rapport Caplan-Sauvageau sont très encourageantes et stimulantes, elles ne constituent pas la réalité à laquelle Radio-Canada doit maintenant faire face et dont le CRTC doit tenir compte au cours de ces délibérations.

Le CRTC a insisté pour que Radio-Canada décrive dans sa demande de renouvellement ses plans pour les cinq prochaines années. Cependant,

il y a à peine trois semaines que notre Conseil d'administration a pu examiner et approuver le Plan d'entreprise quinquennal qui établit notre cadre budgétaire de 1987-1988 à 1991-1992. C'est probablement la même période qui s'appliquera à nos permis d'exploitation des réseaux de télévision.

Le Plan est basé sur les indications que nous avons reçues du Conseil du Trésor. Il a pour objet de décrire, pour le bénéfice du gouvernement, d'une part les intentions que Radio-Canada entretient à court terme à l'égard de ses exploitations dans le contexte du milieu global de la radiotélévision et, d'autre part, les projections précises des circonstances économiques de la Société. Nous y avons consigné les recettes publicitaires que Radio-Canada s'attend à toucher au cours des cinq prochaines années et indiqué la façon dont Radio-Canada a l'intention de respecter les limites budgétaires que nous anticipons.

J'aimerais faire remarquer qu'à l'heure actuelle, ce Plan n'est pas définitif. Nous devons en discuter avec la ministre des Communications, qui doit ensuite l'approuver. Selon le cycle budgétaire, Radio-Canada devrait recevoir une réponse définitive du Conseil du Trésor au début de 1987. Cela veut dire que la Société ne connaîtra pas exactement son budget de 1987-1988 avant ce moment-là.

En fait, nous ne savons pas, au moment où l'on se parle, si le Conseil du Trésor acceptera un cadre de financement basé sur plusieurs années

ou si, comme par le passé, les crédits ne seront approuvés que pour un an.

Le cycle budgétaire de Radio-Canada ne coïncide pas avec celui des permis d'exploitation. Dans son rapport, le Comité Caplan-Sauvageau recommande d'ailleurs de corriger cette incohérence. Il fait ressortir que, lorsque le CRTC examine les obligations de Radio-Canada à l'égard de ses permis d'exploitation, il devrait être en mesure de tenir compte d'un niveau de financement relativement précis pour la Société. Cela ne veut pas dire que le CRTC devrait essayer de remplacer le Conseil d'administration ou la direction de Radio-Canada ni prendre des décisions sur la façon dont la Société devrait dépenser son argent.

Ce n'est pas le cas des diffuseurs privés et cela ne devrait certes pas l'être non plus pour Radio-Canada.

Cependant, dans le cas des diffuseurs privés, le CRTC peut, à l'aide d'indicateurs commerciaux bien connus, estimer les augmentations générales de revenus et de dépenses, savoir si les bénéfices seront plus élevés et, par conséquent, si le candidat privé pourra investir davantage d'argent dans ses services et, par exemple, améliorer ses émissions.

Autrement dit, le candidat et le CRTC peuvent raisonnablement dresser un plan pour cinq ans.

Dans le cas de Radio-Canada, l'efficacité de la planification ne dépend pas tellement des conditions du marché ou de la situation commerciale, mais surtout des décisions gouvernementales concernant les crédits que le Parlement accorde à la Société. Je dis "surtout" parce que ces crédits constituent environ 75 pour cent du revenu de Radio-Canada.

La Société doit présenter son Plan d'entreprise pour une période de cinq ans, mais rien ne garantit qu'elle continuera de toucher des crédits appropriés une année après l'autre pour suivre le plan. Chaque année, de nombreux facteurs peuvent influencer le niveau de financement. Et c'est effectivement ce qui se passe. La politique fiscale du gouvernement en est certainement l'un des éléments les plus importants, mais pas le seul.

Toutefois, pour les besoins de cette audience, nous n'avons pas d'autre choix que de commencer par tenir compte du cadre financier, c.-à-d. du Plan d'entreprise fondé sur les contraintes budgétaires qui nous ont été communiquées.

Je demanderai à Sheelagh Whittaker, vice-présidente à la planification et aux affaires générales de Radio-Canada, de vous présenter les points saillants de notre Plan d'entreprise.

Elle vous exposera les hypothèses sur lesquelles le plan a été bâti, les recettes auxquelles nous nous attendons, notamment de la publicité

et d'autres sources, les prévisions de dépenses pour cette même période et le manque à gagner prévu.

Mme Whittaker vous expliquera ensuite comment la Société pourrait absorber une partie de ce manque à gagner, au moins théoriquement - par des mesures internes comme une compression générale, des coupures dans la prestation des services, dans l'administration, dans la programmation, etc. En fait, essentiellement ce que nous faisons depuis quelques années déjà.

Si je dis "au moins théoriquement", c'est parce que je demanderai ensuite à MM. Delaney et Harvey de vous donner un aperçu des effets que l'absorption d'une partie, et seulement une partie, du manque à gagner aura sur les grilles-horaires au cours des cinq prochaines années et de vous décrire les sérieuses réductions qui ont déjà été apportées à la programmation. Un des membres de notre Conseil d'administration a comparé cette façon horizontale de réduire les dépenses à "la technique du presse-citrons".

Cependant, il est bien évident qu'il ne reste plus assez de jus pour effectuer toutes les réductions de dépenses que l'on nous demande de faire. Et pour pousser un peu plus loin cette métaphore, il faudra carrément mettre de côté certains fruits si l'on veut éliminer totalement le manque à gagner.

Une fois que vous aurez entendu les vice-présidents des deux réseaux, il m'appartiendra de vous indiquer le genre d'options qu'il faut envisager.



Statement by Pierre Juneau,
President of the Canadian Broadcasting Corporation,
to the CRTC Public Hearing
to consider the renewal
of the television network licences of the CBC
(2)

October 16, 1986



My colleagues have talked about "confronting the shortfall" or at least part of it and the destructive and indeed counter-productive effects of yet more reductions in administrative and support services, program budgets and staff. But even these draconian measures address less than half of the shortfall of more than \$65 million anticipated in 1987/88. A further \$39 million has to be dealt with.

It is the Board of Directors' view that this amount cannot be found in the CBC's operations without the cessation of one or more of the services which the CBC is formally mandated to provide. By this, I mean services which the CBC is specifically charged with providing, by virtue of the Broadcasting Act or, in the

cases of the CBC Northern Service and Radio Canada International, by order in council.

My intention today is to set out for the Commission the various casualties that may have to be envisaged - all unpalatable.

I do so because the Commission has insisted that the CBC give some indication of the choices that must be faced in the event of a further shortfall in resources. It is not my intention, however, to suggest, either explicitly or implicitly because of the order in which I mention them, which service should be discontinued, for the simple reason that the Board of the CBC has no authority to decide whether or not to continue to provide one or the other of the services which are ordained by its mandate. A mandate is not something optional; it is, in the words of the Concise Oxford Dictionary, "a judicial

or legal command". If the CBC can demonstrate that, within the resources available to it, some of its mandated responsibilities can no longer be financed, one of two things has to happen. Either the resource base has to be increased, or the mandate must be adapted to the resources. There must be a correspondence between mandate and resources.

We are now aware that the Caplan-Sauvageau Task Force has concluded that it is unrealistic to try to reduce significantly CBC's expenditures by increasing productivity. More cannot be done with less anymore.

The decision to amend the mandate of the CBC is not for the CBC to make, nor do I think, with respect Mr. Chairman, that such a decision lies within the Commission's powers. The mandate that binds the CBC also binds the Commission.

The only option at the disposal of the CRTC is to avoid increasing the obligations of the Corporation until the resource problem has been resolved.

As Ms. Whittaker has explained, we have indicated to the Treasury Board, in the Plan you have before you, that if the Corporation has to compensate for a shortfall of \$65 million in 1987-88 it would first reduce operations and management by a crippling \$26 million.

Beyond that figure complete services would have to be abandoned to recover the balance of \$39 million.

The CBC mandate does not rank the services to be rendered by the CBC in any order of priority. Therefore in these remarks, I will only list the various services and the gross savings that could be realized by them. I

said gross savings because the net savings would be lower. There would of course be cost involved in discontinuing these services; for instance the cost of lay-offs. Just in case no positive solution is arrived at, a detailed examination of this matter is now taking place.

If, for instance, it were decided to discontinue Radio Canada International the gross savings would be \$16.5 million.

With all due respect I don't think the solution proposed by Caplan-Sauvageau in this case is realistic. I refer to the idea of transferring the responsibility and the cost of RCI to the Department of External Affairs. It wouldn't work from a financial point of view, let alone the policy and political aspects. Indeed if the money was transferred to the Department of External Affairs by

Treasury Board, as it probably would be, then there would be no saving for the CBC. If on the other hand, the money was left with the CBC, the budget of External Affairs would have to be increased by \$16.5 M and nothing would have been gained by the Government. Therefore the Government might just as well increase the CBC appropriation by \$16.5 M, if RCI is to be maintained, as I think it should.

For many years now the CBC has placed particular emphasis on Canadianizing network prime time television - as indeed the Commission has done - with a view to replacing all but the most exceptional U.S. programming in peak viewing hours. As has been demonstrated to you the results have been remarkable, in quantity, quality and audience appreciation. But the price has been high because of the inexorable economics of television with which we are all so familiar. To reverse the process

would be tragic but it would result in savings on the expenditure side as well as some possible additional increase in commercial revenue.

If the CBC limited its prime time Canadian content in 1987-88 to the level the CRTC regulations apply to the CBC, that is 60% or about 17% below where we are at present, the savings would be approximately \$50 million.

If, on the other hand, the CBC were allowed to adopt the same prime time Canadian content rules that the Commission applies to the private stations, namely 50%, savings in the order of a further \$15 million could be achieved. This could not be done of course without further lay-offs and without a very detrimental impact on private producers and on the Telefilm program. It would also be contrary to a policy firmly pursued both by the present government and by the previous one.

As to regional operations, limiting all production beyond news and current affairs to a small number of key production centres and closing regional centres such as Cornerbrook, Sydney, Saskatoon and Calgary for English television, or Matane, Sept-Iles and Rimouski for French television, and many radio stations would save only about \$15.5 M.

The closing of the CBC Northern Service would reduce costs by \$12.5 M a year.

The closure of the FM stereo networks would represent savings of \$31 million, but would mean that the AM networks would be deprived of many programs presently produced by the FM networks.

All these unpalatable choices affect the CBC's basic

services and its raison d'être. All of them run counter to the almost universal demand that the CBC do more, not less; demands from residents, individual politicians and governments of the North; from the regions; from artists and writers; from independent producers; from Canadians living abroad; from Canadian businessmen and trade representatives who want news of Canada on Radio Canada International to reach more countries, particularly Pacific Rim countries, where the service is not currently available; from members of Parliament and from provincial legislators and governments and mayors and reeves across the country.

All of these choices also, of course, run counter to the whole spirit and to the unanimous recommendations of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy.

The choices are painful, but they are the aspects of the

mandate that will have to be considered if solutions are not found to the problem of resources.

However, I must say, Mr. Chairman, that I am still hopeful that solutions will be found. I base this hope on the fact that the Corporate Plan that we have tabled may not be accepted in its present form. The implementation of such a plan would have such sad consequences for Canadian broadcasting that we must all hope that ways will be found to maintain and to improve those public broadcasting services that Canadians so obviously desire to have.

I am hopeful also because several important voices have stated that decisions requiring major changes to the mandate of the CBC or to its levels of service should not be taken until the Government has examined the report of the Caplan-Sauvageau Committee. The Nielsen

Task Force expressed this view; it was echoed by the Minister of Communications and has been confirmed by the Treasury Board. We can only hope that this eminently practical approach will prevail.



Exposé de Pierre Juneau,
président de la Société Radio-Canada,
à l'audience publique du CRTC
pour le renouvellement des licences
des réseaux de télévision de la Société
(2)

le 16 octobre 1986

Mes collègues vous ont entretenus de la façon de "faire face au manque à gagner", ou au moins à une partie de ce dernier. Il vous ont également décrit les effets dévastateurs et certainement improductifs qu'entraîneront toutes nouvelles coupures dans les services administratifs et de soutien, les budgets de programmation et le personnel. Mais, ces mesures draconiennes ne suffiraient même pas à absorber la moitié du manque à gagner de plus de 65 millions de dollars prévu pour 1987-1988. Il reste encore une carence de quelque 39 millions de dollars.

Le Conseil d'administration est d'avis que l'on ne peut trouver une telle somme à l'intérieur même de Radio-Canada, à moins que la Société ne mette fin à un ou plusieurs des services qui font partie de son mandat. J'entends par là les services dévolus à Radio-Canada en vertu de la Loi sur la radiodiffusion ou, comme dans le cas du Service du Nord et de Radio Canada International, par un décret en conseil.

J'ai pour but aujourd'hui d'exposer au CRTC les diverses éventualités - toutes amères - auxquelles il faudra peut-être parer.

Je le fais parce que le CRTC a insisté pour que Radio-Canada indique quelques-unes des solutions à envisager en cas d'un manque à gagner encore plus grand. Cependant, loin de moi l'intention d'influencer votre choix, de façon explicite ou tacite, par l'ordre de présentation de ces options, ou par les services qui devraient être discontinués, pour la simple et bonne raison que le Conseil d'administration de Radio-Canada n'est pas habilité à décider si la Société devra continuer ou non à fournir l'un ou l'autre des services relevant de son mandat.

Un mandat n'a rien de facultatif; selon la définition du dictionnaire, il s'agit plutôt d'un contrat, d'une obligation à caractère juridique. Si la Société peut démontrer que, dans le cadre des ressources disponibles, il ne lui est plus possible de financer certaines des activités dont elle a la charge, de deux choses l'une : il faudra soit que l'on augmente les ressources de base, soit que l'on adapte le mandat aux ressources de façon que les deux correspondent.

Nous savons maintenant que le Groupe de travail Caplan-Sauvageau en est arrivé à la conclusion qu'il serait irréaliste de tenter de réduire substantiellement les dépenses de Radio-Canada en augmentant la productivité. Il est désormais impossible de faire plus avec moins.

Or, la décision de modifier le mandat de la Société ne relève pas de Radio-Canada, ni, je pense, sauf votre respect Monsieur le Président, du CRTC. Le mandat qui lie Radio-Canada, lie aussi le CRTC.

La seule option qui reste au CRTC consiste à éviter d'accroître les obligations de la Société jusqu'à ce que soit résolu le problème des ressources financières.

Comme l'a expliqué Mme Whittaker, nous avons indiqué au Conseil du Trésor, dans le Plan que vous avez devant vous, que si la Société doit compenser un manque à manquer de 65 millions de dollars en 1987-1988, elle devra d'abord réduire de 26 millions ses coûts d'exploitation et de gestion, ce qui aurait un effet paralysant.

Au-delà de ces chiffres, il faudrait abandonner des services entiers pour recouvrer les 39 millions qui restent.

Le mandat de Radio-Canada n'établit pas les services relevant de la Société par ordre de priorité. Par conséquent, au cours de ces commentaires, je vais simplement dresser la liste de ces divers services et indiquer les économies brutes que leur suppression permettrait de réaliser. Je parle d'épargne brute, parce que l'épargne nette lui serait inférieure. L'élimination de ces services entraînerait bien entendu des coûts, par exemple au chapitre des licenciements. Au cas où n'apparaîtrait pas de solution positive, la question fait actuellement l'objet d'une étude détaillée.

Si, par exemple, on décidait d'abolir Radio Canada International, l'épargne brute s'élèverait à 16,5 millions de dollars.

Malgré tout le respect que je porte au Groupe de travail Caplan-Sauvageau, je ne crois pas que la solution qu'il avance soit, en l'occurrence, réaliste. Je fais référence à l'idée de faire passer la charge administrative et financière de RCI aux mains du ministère des Affaires extérieures. Ce transfert serait voué à l'échec financier, sans parler des répercussions politiques. En effet, si le Conseil du Trésor transférait les fonds au ministère des Affaires extérieures, comme ce serait probablement le cas, Radio-Canada ne réaliserait pas d'économies. D'autre part, si Radio-Canada conservait l'argent, le gouvernement n'y gagnerait rien, puisqu'il faudrait augmenter le budget des Affaires extérieures de 16,5 millions de dollars. Donc, il vaudrait sans doute mieux que le gouvernement augmente les crédits de Radio-Canada de 16,5 millions de dollars, si RCI doit continuer d'exister, comme il le devrait, selon moi.

Depuis de nombreuses années, la Société met particulièrement l'accent sur la canadianisation de sa grille-horaire aux heures de grande écoute, comme le prône d'ailleurs le CRTC, visant ainsi à remplacer la programmation américaine, à l'exception d'émissions de qualité supérieure, en période de pointe. Vous avez pu constater les résultats extrêmement probants de cette action, en termes de quantité, de qualité

et d'appréciation des auditoires. Mais il a fallu payer une rançon de taille liée aux inexorables contingences économiques de la télévision que nous connaissons tous. Il serait tragique de renverser la vapeur, mais c'est une solution qui permettrait de réduire les dépenses et d'augmenter éventuellement les recettes publicitaires.

Si Radio-Canada limitait son contenu canadien en période de grande écoute pour 1987-1988 au niveau que les règlements du CRTC prévoient pour la Société, soit à 60 pour cent ou environ 17 pour cent au-dessous de notre moyenne actuelle, on économiserait quelque 50 millions.

Si, par ailleurs, on permettait à Radio-Canada d'adopter les mêmes normes sur la teneur canadienne que celles que le CRTC applique à l'égard des stations privées, soit 50 pour cent, des économies supplémentaires de 15 millions pourraient être réalisées. De telles mesures entraîneraient évidemment de nouveaux licenciements et auraient un impact extrêmement néfaste sur les producteurs indépendants et le programme de Téléfilm. Ces changements iraient aussi à l'encontre d'une politique fermement poursuivie par le gouvernement actuel et son prédécesseur.

En ce qui concerne les activités régionales, en limitant toute la production, en dehors des actualités et des affaires publiques, à un petit nombre de centres de production clés, et en fermant des centres

régionaux, comme ceux de Matane, Sept-Iles et Rimouski pour la télévision française, ou ceux de Corner Brook, Sydney, Saskatoon et Calgary, du côté anglais, sans parler de nombreuses stations radiophoniques, on n'économiserait qu'environ 15,5 millions de dollars.

L'abolition du Service du Nord de Radio-Canada permettrait de réaliser une économie de 12,5 millions de dollars par an.

La fermeture des réseaux stéréophoniques MF entraînerait des économies de 31 millions de dollars, mais signifierait que les services MA seraient privés de plusieurs émissions actuellement produites par les réseaux MF.

Toutes ces tristes options affectent les services fondamentaux de Radio-Canada, ainsi que sa raison d'être. Elles vont toutes à l'encontre de demandes quasi unanimes à l'effet que Radio-Canada devrait augmenter ses services plutôt que les réduire. Ces demandes émanent aussi bien de la population que des hommes et des femmes politiques et des gouvernements du Nord; des régions; des artistes et des écrivains; des producteurs indépendants; des Canadiens vivant à l'étranger, ainsi que des gens d'affaires et représentants commerciaux qui veulent se tenir au courant de l'actualité canadienne et désirent que Radio Canada International atteigne davantage de pays, notamment en bordure du Pacifique, où ce service n'est pas encore disponible.

Ou encore des députés, des législateurs et gouvernements provinciaux, des maires et des magistrats municipaux, d'un bout à l'autre du pays.

Tous ces choix s'opposent, évidemment, à l'esprit et aux recommandations unanimes du rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion.

Les choix sont déchirants, mais ils font partie des aspects du mandat qui devront être pris en considération si l'on ne trouve pas de solution aux problèmes des ressources financières.

Cependant, je dois ajouter, Monsieur le Président, que j'ai encore espoir que l'on trouve des solutions. Mes espoirs se fondent sur le fait que le plan d'entreprise que nous avons déposé ne sera peut-être pas accepté dans sa forme actuelle. La mise en oeuvre de ce plan aurait des conséquences tellement désastreuses sur la radiodiffusion canadienne que nous devons tous espérer que l'on trouvera des moyens de maintenir et d'améliorer ces services publics de diffusion que les Canadiens ont tellement à coeur.

Je suis également optimiste, parce que des voix importantes ont déclaré qu'il ne fallait pas prendre de décision nécessitant de changer radicalement le mandat de Radio-Canada ou ses niveaux de service, avant que le gouvernement n'examine le rapport du Comité Caplan-Sauvageau.

Le Groupe de travail Nielsen a exprimé cette opinion, qui a été reprise par la ministre des Communications et confirmée par le Conseil du Trésor. Espérons simplement que cette approche éminemment pratique prédominera.



Statement by Pierre Juneau,
President of the Canadian Broadcasting Corporation,
to the CRTC Public Hearing
to consider the renewal
of the television network licences of the CBC
(3)

October 16, 1986



Despite all the stark realities we have had to cope with, it is not my intention that the CBC's presentation at this hearing should end on a note of gloom and doom. The CBC remains an optimistic and forward looking institution with a capacity to look imaginatively at the future. The Caplan-Sauvageau Committee asked us to do this - to provide them with a vision of broadcasting in Canada for the rest of the century - and we did so in the form of **Let's Do It!** This document took as its point of departure the oft-repeated fact that the Canadian broadcasting system isn't Canadian enough and made some far reaching proposals as to what to do about it.

Since then the Committee's report has been published. While I find it slightly ironic that having asked the CBC for a vision the Task Force mildly chastises the Corporation for being too ambitious in its proposals, there is a good deal of

common ground shared by Caplan-Sauvageau and the CBC which could form the basis for a pragmatic and affordable solution to the problems of our broadcasting system.

The CBC's first goal is Canadian programming. It was my predecessor Al Johnson's first point when he appeared before the Commission at the last network licence hearing eight years ago almost to the day.

The Caplan-Sauvageau report describes Canadian programming as the "keynote" of its chapter on the CBC and reaffirms the first requirement of the Broadcasting Act that the CBC "be predominantly Canadian in content and character". That its programs should also be of top quality goes without saying.

That means completing the process of Canadianizing our

television networks. On the English network, as we said in **Let's Do It!**, the way to do this is to remove all the commercial and otherwise available U.S. programs currently scheduled, with the initial emphasis on prime time. There's no particular trick to this. It might take a bit longer than the date proposed in **Let's Do It!**, September 1987, but a good deal of progress has already been made. The key is resources, and sufficient resources not simply to replace U.S. programs with just any Canadian program because it is Canadian, but to replace them with quality programs capable of attracting an audience. This means primarily drama and children's programs.

If we could do that on the English network we'd quickly reach the goal of 10 hours a week of prime time drama, more than double what we're doing now. If the French network could

complement its quantitative achievements - they are much closer to the 10 hours already - by evolving from the studio based téléromans into a broader range of dramatic programs with greater production values, we'd have taken a giant step forward.

In each case the distinctive needs of each network are clearly recognized. The English network has been particularly successful in developing drama specials and mini-series.

This effort should continue but should be complemented by greater emphasis on the development of series such as

Seeing Things because dramatic series are a very important element of viewer loyalty. The French network needs a chance to build on the writing and performance skills developed by the téléromans to create a wide variety of specials such as **Cyrano** and mini-series such as **Laurier**. Both networks should also offer a monthly window for productions from Canada's major performance institutions.

All the ingredients are there, the desire, the talent, the experience both within the CBC and in the private production sector. Canada's creative community has demonstrated its ability to make programs that Canadians want to watch.

Within the overall Canadian programming goal, increasing drama is the key element but not the only one. Information programs have a particular importance for the CBC which is underlined by the amount of news and current affairs programming in our prime time television schedules, where information fills about 40% of prime time on both networks.

On the English side, moreover, it isn't a question of quantity. It is a question of quality, and of competitive advantage. Programs such as **The Journal** and **the fifth estate** have proved that they can compete successfully for audience

against top quality U.S. entertainment shows. Even more remarkable is that so have more specialized programs such as **Man Alive** and **Marketplace**. But if they are going to go on competing they have to be spared the nibbling away at their budgets which has been a constant factor in recent years.

In many cases, the result has been fewer dollars per program or fewer programs per season, or both. In other words short series with more repeats. If we want **the fifth estate** to produce another investigative triumph such as **Just Another Missing Kid**, if we want **The National** and **The Journal** to go on attracting up to 2 million viewers a night, this has to stop.

Budget comparisons are illuminating in this context. Bill Morgan told you yesterday that the budget for "CBS News" is many times that of the CBC's English network news; "ABC Nightline" spends 3 times per program what **The Journal** spends

and doesn't carry anywhere near as much documentary material; the budget for **the fifth estate** is one fifth of "60 Minutes" budget. We don't want to lose the satisfaction that we get from producing such good programs with such small budgets, but the difference is getting a bit out of hand!

The French network faces the same problem - inadequately financed information programs in prime time as a result of increases in the number of new information programs which have been put in the schedule.

The solution is to increase the resources for information programming in French, not by taking money from drama or from some other program area but by increasing the overall level of resources allocated to French programming. Again Caplan-Sauvageau is in agreement with this approach.

Another objective is more programming for children. Even if the second channels proposed by Caplan-Sauvageau were to contain a substantial component of children's programming, the CBC does not intend to ignore the responsibilities of its main television networks in this area. The French network has been very successful over the years with children's programming but the progressive erosion of budgets is beginning to take its toll. Prime time for programming to school-aged children is the late afternoon period. While great progress has been made on the English network both with CBC in-house productions and with independent productions, the volume of programs required to fill the weekday late afternoon block is far from being achieved.

Finally, in this brief résumé of program goals for the future, two initiatives which may not cost a great deal but whose

impact may be quite profound. The first is the revival of the great documentary tradition of the past - outstanding series such as **The Tenth Decade**, **The Canadian Establishment** and **The Champions** and more recently **Le Défi mondial**, and single documentaries such as **Louis Riel** and **Un album de famille** - many of which were seen on both French and English networks. Documentary production has tended to suffer from its exclusion, until recently, from access to Telefilm funds but the public interest remains for thoughtful and informative long-form documentaries, as demonstrated by the very substantial audiences for **Final Offer** and the last episode of **The Champions**. The CBC believes that a relatively small allocation of resources to documentary production could pay real dividends.

The two programs I just mentioned were co-productions with the National Film Board which for many years has been a regular

source of high quality productions for both networks. The more the Board makes television distribution one of its principal objectives, the more its productions will be seen on CBC networks.

Second, more presentations from Canada's performing arts organizations to capitalize on their creative resources. Not everything can be successfully translated to television but past achievements - l'Orchestre symphonique de Montréal and the Opéra de Montréal, the Canadian Opera Company, the Stratford and Shaw Festivals, the National Arts Centre - prove that many cultural highlights can be successfully brought to a wider audience. The collective benefits to taxpayers, to performing arts organizations and to television viewers are obvious.

Both the CBC in **Let's Do It!** and the report of the Caplan-Sauvageau Task Force paid a lot of attention to increasing the availability not just of Canadian programs but of Canadian program services. I'm aware also that the Commission has called for applications for such services. It's clear that there is a good deal of common ground among us on this issue, even if Caplan-Sauvageau did not embrace all our proposals with equal enthusiasm. Nevertheless the CBC believes that even the most pragmatic approach to the future development of Canadian broadcasting points to the urgency of action on a number of fronts.

The CBC supports the Task Force's belief in the importance of a Canadian news channel. As we said in **Let's Do It!**

"Sovereignty in a country's information is critical to the conduct of its political culture". That's why Canada must

have a news channel of its own, not one imported from the U.S. which is the case at the moment.

But why a CBC news channel? It makes sense for two reasons.

The first is that the CBC's existing journalistic infrastructure makes a news channel feasible. It could be created, so to speak, on the margin of our existing activities, using existing personnel and facilities. Not entirely, for obvious practical reasons. But without that head start a Canadian news channel might well not get off the ground.

The second reason is that it also works the other way. A news channel could only add to the overall journalistic resource base, particularly if it were to increase the number of Canadian foreign correspondents. The cost, and thus the scarcity, of foreign bureaus is one of the weak links in the

CBC's newsgathering activities. More foreign bureaus financed by the news channel would benefit all the Corporation's journalistic activity, simply because so much of the material could be put to multiple use - for the main networks, for the news channel, in some cases also for radio.

Caplan-Sauvageau did not recommend the creation of a parallel service by the CBC French network, recognizing the economic problem involved. The committee did suggest, however, that the CBC be responsible for providing news content for a proposed second public channel, Télé-Canada, and we support that idea. In fact the CBC proposal for an omnibus channel in French incorporating news and current affairs, other programming including children's is very close to what the Committee proposes. It seems to us to be a practical approach to providing more French language programming in an

increasingly fragile linguistic milieu.

Another ingredient in this omnibus channel proposal is the importation of the European satellite to cable service TV5 in which the CBC and other Canadian public and private broadcasters are partners and program suppliers. The European participants in TV5 are particularly interested in distributing the service not only in Canada but in the U.S. as well. If a French language channel is considered to be viable in the U.S., it underscores the relevance of the CBC's North American channel proposal which would have the advantage of a much larger English speaking audience.

The Task Force did not look as favourably on the CBC's proposal for a North American service, perhaps because they did not have access during their deliberations to sufficient

information on this project. The CBC believes that this service, which we have named Northstar, has the potential to deliver the same kind of mutual benefit envisaged from the news channel.

Like the news channel Northstar is viable because it can be operated on the margin of the main service which would be its primary source of programs. Again like the news channel a profitable Northstar, and we believe it would be profitable, would generate funds to be reinvested in new programming for the main networks.

I will not go into detail on the business plan for Northstar except to say that careful and conservative analysis indicates that a channel packaged in Canada and delivered on an American satellite to U.S. cable operators, with revenue coming from

subscribers fees and commercial advertising, can become profitable very quickly. The CBC intends to pursue the development and promotion of this idea very vigorously, because the synergy between these proposed new services and the existing networks could be very beneficial to both.

Let me now speak for a moment about the CBC's attitude to the proposal for a second English channel, TV Canada, put forth by the Caplan-Sauvageau Committee. Our view is that what is most important is that there **be** more Canadian programming available. The CBC has already indicated to the Department of Communications its willingness to co-operate in the development of TV Canada. We think the idea of combining children's and cultural programming in one channel is a good idea.

Let us hope that the day of a second Canadian public television service in English and French has finally arrived. It's about time, and the CBC stands ready to play its part.

Although this hearing is about network services, it would not be appropriate for me to conclude our presentation without making some reference to how the CBC believes network - regional relationships will develop in future.

The Task Force report has much to say on this subject and much of what they said we agree with. **Let's Do It!** said that the regions are "critical to the success of the CBC" and that the future demands more investment, not less, in regional programming, whether that programming be for regional or for network use. Everybody agrees, I think, that regional production should move more fully to the national stage,

provided quality standards can be maintained.

Equally important is the ability of each region to provide information from within the region, for the region. The heart of this activity lies in the supper hour information programs, whose importance was clearly accepted by the Caplan-Sauvageau Committee. Most of these programs are produced in the urban centre of the region but their responsibility extends to the whole of the area served, not just its urban core. This may well require an expansion of newsgathering capacity through the establishment of "storefront" operations in smaller communities. The Gaspé and Thompson and Fort McMurray have the right to a voice in their respective regions, just as much as Montreal, Winnipeg and Edmonton.

I want to conclude by touching on a number of other topics

quite briefly.

On advertising: A truly distinctive CBC would imply more programs with fewer commercials and some high quality programs with no commercials at all. This is a dream we are not prepared to let go. But the pressure to increase revenue is constant, and rising. I see little prospect in the foreseeable future that the pressure will relent.

On the Toronto Broadcast Centre: we have to have new facilities in Toronto. May I emphasize, however, that we remain flexible as to the exact scale of the project and the use to which those facilities can be put.

On new technology: The CBC must involve itself in developing trends such as stereo TV and digital technology if it is to

remain competitive. Already one series is being shot using high definition TV technology, even though HDTV transmission capability does not yet exist.

On the CBC's commitment to women, both as employees and on the screen. Although much has been accomplished since 1978, this is a long term commitment to change. As we said in **Let's Do It!**, the CBC's real motivation has to do with our desire for social equity and good business. It is essentially self-interest - a recognition of the rich potential of the women who work, or who may work in future for the CBC and the contribution they can make to broadcasting in Canada.

Mr. Chairman, this concludes our presentation. My colleagues and I have tried to give you as comprehensive and accurate a picture as possible of what has been in the past, what may be

in future if current trends continue, and what could be, if the kind of resources talked about by Caplan-Sauvageau were made available. We must deal with what may be, because the CBC is a responsible organization. But I hope that your questions will give us the chance to talk again about what could be, and what I believe many Canadians feel should be, the future of the CBC within the Canadian broadcasting system.



Exposé de Pierre Juneau,
président de la Société Radio-Canada,
à l'audience publique du CRTC
pour le renouvellement des licences
des réseaux de télévision de la Société
(3)

le 16 octobre 1986

Malgré les réalités peu réjouissantes auxquelles il nous faut faire face, je n'ai pas l'intention de conclure la présentation de la Société Radio-Canada à cette audience sur une note sombre. Radio-Canada demeure une institution optimiste, décidée à aller de l'avant, et capable d'envisager l'avenir avec imagination. Le Comité Caplan-Sauvageau nous a demandé de le faire - de leur fournir une vision de l'avenir de la radiotélévision au Canada d'ici la fin du siècle - et c'est dans cet esprit que nous avons conçu Le courage de nos convictions. Nous sommes partis du fait, si souvent dénoncé, que le système de radiotélévision canadien n'est pas suffisamment canadien, et nous avons présenté des propositions d'envergure pour y remédier.

Depuis, le Comité a publié son rapport. Je trouve quelque peu ironique, qu'après avoir demandé à la Société Radio-Canada de lui présenter sa vision de l'avenir, le Groupe de travail lui reproche d'avoir été trop ambitieuse dans ses propositions, mais il n'en demeure pas moins que Caplan-Sauvageau et Radio-Canada sont d'accord sur bien des points qui pourraient servir à élaborer une solution pragmatique et financièrement acceptable aux problèmes de notre système de radiotélévision.

La programmation canadienne représente le premier objectif de Radio-Canada. Ce fut le premier point soulevé par mon prédécesseur Al Johnson lorsqu'il a comparu devant le Conseil lors de l'audience de renouvellement des permis de réseaux, il y a pratiquement huit années, jour pour jour.

Le Rapport Caplan-Sauvageau précise que son chapitre sur Radio-Canada se veut "à l'enseigne de la programmation canadienne" et réaffirme l'exigence première de la Loi sur la radiodiffusion selon laquelle Radio-Canada devrait être "un service de radiodiffusion dont la teneur et la nature soient principalement canadiennes". Il va sans dire que ses émissions devraient également être de première qualité.

Cela signifie qu'il faudra mener à terme la canadianisation de nos réseaux de télévision. Au réseau anglais, comme nous l'avons dit dans Le courage de nos convictions, il faudra supprimer toutes les émissions commerciales américaines, disponibles ailleurs, durant les périodes de grande écoute pour commencer. Il n'y a pas de secret. Il se pourrait bien que cet objectif se réalise au-delà de la date proposée dans Le courage de nos convictions, soit septembre 1987, mais nous avons déjà fait bien des progrès dans ce sens. Tout dépend des ressources dont nous pourrions disposer. Et il ne suffira pas d'avoir l'argent qui permettrait tout simplement de remplacer les émissions américaines par n'importe quelles émissions canadiennes uniquement parce qu'elles sont canadiennes. Il faudra pouvoir les remplacer par des émissions de

qualité, qui réussiront à attirer de vastes auditoires, donc des dramatiques et des émissions pour enfants principalement.

Au réseau anglais, nous réussirions très rapidement à atteindre l'objectif de 10 heures de dramatiques par semaine en période de grande écoute, soit plus du double que ce que nous faisons actuellement. Au réseau français, la quantité est presque suffisante, on y est bien plus près des 10 heures visées. Si l'on pouvait maintenant élargir l'éventail des émissions en ajoutant aux téléromans tournés en studio des émissions dramatiques plus variées et de facture plus élaborée, nous franchirions un énorme pas en avant.

Dans chaque cas, on tiendra compte des besoins particuliers. Le réseau anglais a très bien réussi dans le domaines des dramatiques et des miniséries. Il faudra persévérer dans cette voie en mettant davantage l'accent sur la réalisation de continuités comme SEEING THINGS, car les continuités contribuent largement à garantir l'assiduité des téléspectateurs. Le réseau français devrait pouvoir tirer parti du talent des auteurs et artistes interprètes qui se sont formés grâce aux téléromans, pour créer une large gamme d'émissions spéciales comme CYRANO et de miniséries comme LAURIER. Les deux réseaux devraient également présenter chaque mois des productions de grandes institutions canadiennes d'arts d'interprétation.

Tous les ingrédients sont là : à Radio-Canada comme dans le secteur de la production privée, il y a la volonté, le talent et l'expérience

nécessaires. La communauté créatrice du Canada a démontré qu'elle pouvait réaliser des émissions que les Canadiens veulent voir.

Dans l'ensemble de la programmation canadienne, c'est l'accroissement des dramatiques qui constitue l'élément clé, mais non pas le seul. Les émissions d'information revêtent une importance particulière pour Radio-Canada, et la grande proportion d'émissions de nouvelles et d'affaires publiques diffusées aux heures de grande écoute à la télévision en témoigne, l'information représentant environ 40 pour cent de ce temps aux deux réseaux.

Du côté anglais, ce n'est donc pas une question de quantité, mais de qualité et de compétitivité. Des émissions comme THE JOURNAL et de THE FIFTH ESTATE ont prouvé qu'elles réussissaient fort bien à soutenir la concurrence de grandes émissions de divertissement américaines de qualité. Et, ce qui est encore plus remarquable, c'est également le cas d'émissions spécialisées comme MAN ALIVE et MARKETPLACE. Mais si l'on veut que ces émissions continuent ainsi, il faut cesser de grignoter sans cesse leur budget, comme cela se fait depuis quelques années. Dans bien des cas, les résultats se sont manifestés par quelques dollars de moins par émission, ou par quelques émissions de moins par saison, ou parfois les deux. En d'autres termes, des séries courtes avec davantage de reprises. Si nous voulons que THE FIFTH

ESTATE produise d'autres émissions d'enquête exceptionnelles comme JUST ANOTHER MISSING KID, si nous voulons que THE NATIONAL et THE JOURNAL continuent à attirer jusqu'à 2 millions de téléspectateurs par soirée, cela doit cesser.

Une comparaison des budgets en dit long sur ce sujet. Bill Morgan vous a dit hier que le budget attribué à "CBS News" est bien supérieur à celui des nouvelles du réseau anglais de Radio-Canada. "ABC Nightline" dépense 3 fois plus d'argent, par émission, que CBC pour THE JOURNAL, alors qu'elle ne présente de loin pas autant de documentaires; le budget de THE FIFTH ESTATE représente un cinquième de celui de "60 Minutes". Nous ne voulons pas renoncer à la satisfaction que nous éprouvons en réussissant à produire des émissions d'une telle qualité avec d'aussi faibles budgets, mais la différence commence à être un peu démesurée.

Le réseau français fait face au même problème. L'augmentation du nombre de nouvelles émissions d'information inscrites à l'horaire a réduit à un niveau insuffisant le budget de celles présentées aux heures de grande écoute. La solution consiste à accroître les ressources attribuées aux émissions d'information en français, non pas en prenant de l'argent dans le budget des dramatiques ou dans celui d'autres secteurs d'émissions, mais en rehaussant le niveau global des ressources affectées à la programmation française. Là encore, le comité Caplan-Sauvageau est d'accord avec cette approche.

L'accroissement des émissions jeunesse constitue un autre objectif. Même si les deuxièmes chaînes proposées par Caplan-Sauvageau devaient contenir une forte proportion d'émissions jeunesse, Radio-Canada n'a pas l'intention de se soustraire aux responsabilités de ses principaux réseaux de télévision dans ce domaine. Le réseau français s'est toujours très bien comporté dans le secteur des émissions jeunesse, mais l'érosion progressive de son budget commence à se faire ressentir. Pour les enfants d'âge scolaire, c'est la période de fin d'après-midi qui constitue le créneau de grande écoute. Bien que l'on ait déjà accompli d'importants progrès grâce aux émissions maison de Radio-Canada et à celles de producteurs indépendants, on est encore loin d'avoir suffisamment d'émissions pour remplir ce créneau de fin d'après-midi, les jours de semaine.

Finalement, dans ce bref tour d'horizon des objectifs que nous voulons poursuivre dans notre programmation, il convient de citer deux initiatives qui, sans forcément coûter très cher, pourraient avoir d'importantes conséquences. Premièrement, il faudra raviver la grande tradition des documentaires - refaire des séries exceptionnelles comme THE TENTH DECADE, THE CANADIAN ESTABLISHMENT et THE CHAMPIONS, et, plus récemment, LE DÉFI MONDIAL, et également des documentaires comme LOUIS RIEL et UN ALBUM DE FAMILLE, dont beaucoup ont été présentés à la fois aux réseaux français et anglais. La production de documentaires a eu tendance à souffrir d'avoir été exclue, jusqu'à récemment, des productions pouvant profiter des fonds de Téléfilm, mais le public n'a

pas relâché son intérêt pour les documentaires fouillés et instructifs de long format, comme en témoignent les nombreux téléspectateurs qui ont suivi FINAL OFFER, et le dernier épisode de THE CHAMPIONS.

Radio-Canada croit que l'investissement de ressources relativement restreintes dans la production de documentaires pourrait donner de très bons résultats.

Les deux dernières émissions que je viens de mentionner ont été coproduites avec l'Office national du film qui, depuis de nombreuses années, fournit régulièrement aux deux réseaux des productions de haut calibre. Plus l'Office se préoccupera de distribuer ses productions à la télévision, plus ces dernières auront de chance d'être vues aux réseaux de Radio-Canada.

Deuxièmement, il faudra présenter davantage de spectacles montés par des organismes d'art d'interprétation du Canada, pour vraiment tirer parti de leur talent. Il n'est pas toujours possible de tout adapter avec succès à la télévision, mais les réalisations du passé - l'Orchestre symphonique de Montréal et l'Opéra de Montréal, la Canadian Opera Company, le festival de Stratford et le Shaw Festival, le Centre national des arts prouvent que l'on peut mettre à la portée de plus vastes auditoires des manifestations culturelles qui en valent la peine. La synergie que l'on obtient ainsi est évidente, tout comme les avantages collectifs qu'en retirent les contribuables, les organismes d'art d'interprétation et les téléspectateurs.

À la fois Radio-Canada dans Le courage de nos convictions, et le Groupe de travail Caplan-Sauvageau, dans son rapport, ont consacré beaucoup d'attention à la nécessité d'augmenter la quantité non seulement d'émissions canadiennes disponibles, mais également de services d'émissions canadiennes. Je sais également que le Conseil a sollicité des candidatures pour la prestation de tels services. Il est clair que nous sommes d'accord sur bien des points dans ce domaine, même si le Groupe de travail n'a pas accueilli toutes nos propositions avec le même enthousiasme. Radio-Canada croit néanmoins que même en abordant l'avenir de la radiotélévision canadienne avec énormément de pragmatisme, on ne peut nier combien il est urgent d'agir dans plusieurs secteurs.

Radio-Canada appuie le Groupe de travail lorsqu'il insiste sur la création d'une chaîne canadienne d'informations. Comme nous l'avons dit dans Le courage de nos convictions, "la souveraineté dans le domaine de l'information revêt une importance critique dans la conduite de la politique culturelle d'un pays". C'est pourquoi le Canada doit avoir sa propre chaîne d'informations, et non pas se contenter d'une chaîne importée des États-Unis, comme c'est le cas actuellement.

Mais pourquoi demander à Radio-Canada de l'exploiter? Cela semble logique pour deux raisons. D'une part, l'infrastructure journalistique existante de Radio-Canada rend possible la création d'une chaîne d'informations. Cette chaîne pourrait être créée, pour ainsi dire, en marge de nos activités actuelles, avec notre personnel et nos installations. Pas entièrement, pour des raisons pratiques évidentes. Mais sans cet acquis, une chaîne canadienne d'informations pourrait bien avoir du mal à voir le jour.

D'autre part, les avantages vont dans les deux sens. Une chaîne d'informations ne pourrait qu'accroître la base de ressources journalistiques, surtout si on augmentait ainsi le nombre de correspondants canadiens à l'étranger. Le coût, et par conséquent la rareté des bureaux à l'étranger, est l'une des faiblesses du service des nouvelles de Radio-Canada. Tout le monde profiterait d'un nombre accru de bureaux à l'étranger financés par la chaîne d'informations, tout simplement parce qu'une bonne partie du matériel pourrait avoir des usages multiples - aux principaux réseaux, à la chaîne d'informations, et parfois même à la radio.

Tenant compte des problèmes économiques qu'impliquerait un tel geste, le Comité Caplan-Sauvageau ne recommande pas la création d'un service parallèle pour le réseau français. Par contre, il propose que Radio-Canada soit le fournisseur de nouvelles d'une seconde chaîne publique, Télé-Canada, et nous favorisons cette idée. En fait, notre propre proposition de créer une chaîne omnibus en français intégrant les nouvelles et les actualités ainsi que d'autres types d'émissions comme celles destinées aux enfants se rapproche beaucoup de ce que propose le Comité. Cela nous semble une façon pratique d'offrir davantage d'émissions en français dans un milieu linguistique de plus en plus fragile.

L'importation de TV5, un service européen distribué par satellite et câble, dans lequel Radio-Canada et d'autres diffuseurs canadiens publics et privés sont à la fois partenaires et fournisseurs d'émissions, constitue un autre élément de cette chaîne omnibus qui est proposée. Les participants européens de TV5 s'intéressent particulièrement à la distribution du service, non seulement au Canada, mais également aux États-Unis. Si l'on considère qu'une chaîne de langue française est viable aux États-Unis, cela souligne la pertinence de la chaîne nord-américaine que propose la Société, chaîne qui aurait l'avantage d'un auditoire anglophone beaucoup plus nombreux.

Le Groupe de travail n'a pas réagi aussi favorablement à notre suggestion d'établir un service nord-américain, peut-être parce qu'il

n'a pas eu accès à suffisamment d'informations sur le projet pendant ses délibérations. Radio-Canada estime que ce service, que nous avons appelé Northstar, peut présenter le même genre d'avantages mutuels que la chaîne d'informations.

Tout comme la chaîne d'informations, Northstar est viable dans la mesure où il serait exploité en marge du service principal, qui constituerait sa première source d'émissions. Et, toujours comme la chaîne d'informations, un service Northstar rentable - et nous pensons qu'il le serait - générerait des fonds qui seraient réinvestis dans de nouvelles émissions pour les réseaux principaux.

Je n'entrerais pas dans le détail du plan d'entreprise de Northstar, mais je dirai simplement qu'une analyse attentive et prudente indique qu'une chaîne regroupée au Canada, distribuée par satellite américain aux câblodistributeurs des États-Unis et qui tirerait ses recettes des abonnés et de la publicité, pourrait devenir rapidement rentable.

Radio-Canada a l'intention de poursuivre ce projet et de promouvoir très fortement cette idée, car la synergie entre les nouveaux services proposés et les réseaux existants pourrait s'avérer fort profitable pour tous.

J'aimerais parler maintenant de la position de Radio-Canada au sujet de la seconde chaîne anglaise, TV Canada, proposée par le Comité Caplan-Sauvageau. À notre avis, le plus important est d'offrir

d'avantage d'émissions canadiennes. Nous avons déjà signalé au ministère des Communications que nous étions prêts à collaborer à la création de TV Canada. Nous pensons que l'idée de combiner les émissions culturelles et pour enfants sur une même chaîne est intéressante.

Espérons que le jour arrive enfin où l'on aura un second service de télévision publique canadien en français et en anglais. Il est grand temps que cela se produise et Radio-Canada est prête à jouer son rôle.

Même si cette audience porte sur les services des réseaux, je ne pourrais pas conclure notre présentation sans parler de la façon dont Radio-Canada envisage les relations futures qui se développeront entre les réseaux et les régions.

Le Groupe de travail a eu beaucoup à dire sur ce sujet dans son rapport et nous sommes d'accord sur la plupart de ses conclusions.

Dans Le courage de nos convictions, nous affirmons que "les régions sont la clé du succès de Radio-Canada" et, qu'à l'avenir, il faudra augmenter et non diminuer les investissements dans la programmation régionale, qu'elle soit utilisée dans les régions mêmes ou aux réseaux. Je pense que tout le monde est d'accord pour dire que la production régionale doit jouer un plus grand rôle sur la scène nationale, à condition de maintenir les normes de qualité.

Il est tout aussi important que chaque région diffuse des informations à propos d'elle-même et pour sa population. Ce rôle incombe aux émissions d'information de début de soirée dont le comité Caplan-Sauvageau a clairement reconnu l'importance. La plupart de ces émissions sont produites dans le centre urbain de la région mais leur responsabilité s'étend à l'ensemble du territoire desservi et ne se limite pas au noyau urbain. Il pourrait donc être nécessaire de renforcer la capacité de collecte des nouvelles par la création de centres locaux d'exploitation dans les petites localités. Gaspé, Thompson ou Fort McMurray ont autant droit à la parole dans leur région que Montréal, Winnipeg ou Edmonton.

J'aimerais conclure en abordant brièvement un certain nombre d'autres sujets.

La publicité : pour être réellement distinctive, Radio-Canada devrait pouvoir offrir davantage d'émissions comportant moins de publicités, et certaines émissions de grande qualité qui en seraient totalement dépourvues. C'est là un rêve auquel nous ne sommes pas prêts à renoncer. Mais nous sommes contraints de rechercher toujours plus de recettes et je ne vois guère comment cette situation pourrait changer dans un proche avenir.

Le centre de radiotélévision à Toronto : il nous faut de nouvelles installations dans cette ville, mais j'aimerais toutefois insister sur le fait que nous sommes extrêmement flexibles quant à l'ampleur précise du projet et l'utilisation de ces installations.

La nouvelle technologie : Radio-Canada doit se lancer dans des domaines de pointe comme la télévision en stéréo et la technologie numérique si elle veut rester concurrentielle. Nous sommes en train de filmer une série qui utilise la technologie de la télévision à haute définition, même si la capacité de transmission de ce genre de télé n'existe pas encore.

L'engagement de Radio-Canada à l'égard des femmes, que ce soit nos employées ou l'image des femmes à l'écran : même si nous avons déjà fait beaucoup depuis 1978, il s'agit là d'un engagement à long terme. Comme nous l'avons dit dans Le courage de nos convictions, Radio-Canada agit surtout par souci d'équité sociale et par sens des affaires. Il est dans notre propre intérêt de reconnaître le riche potentiel des femmes qui travaillent ou qui travailleront à l'avenir pour Radio-Canada, avec tout ce qu'elles sont susceptibles d'apporter à la radiotélévision au Canada.

Voilà donc la conclusion de notre présentation, Monsieur le président. Mes collègues et moi-même avons essayé de vous donner une image aussi complète et précise que possible de ce qu'a été le passé, de ce que peut nous réserver l'avenir si les tendances actuelles se poursuivent et de ce que l'on pourrait accomplir si l'on nous donnait le genre de ressources dont il est question dans le rapport Caplan-Sauvageau. Nous devons faire face aux incertitudes de l'avenir, puisque Radio-Canada est un organisme responsable. Mais j'espère que vos questions nous permettront de reparler de ce que pourrait être, et de ce que je pense bien des Canadiens estiment devrait être, l'avenir de Radio-Canada dans le système de la radiotélévision canadienne.

CA1

BC

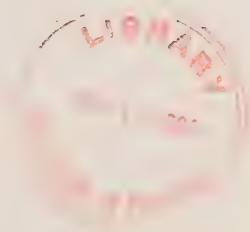
- 577



The Impact of Cultural Industries on Canadian Identity

Notes for an address by Pierre Juneau,
President of the CBC,
at the 28th Annual Canadian-American Seminar
Center for Canadian American Studies
The University of Windsor
Windsor, Ontario, Canada

November 6, 1986



Mr. Chairman, I'm honoured to be invited to speak at this 28th annual Canadian-American Seminar. I also feel challenged. Indeed all participants in this conference must feel the challenge because the subject you have chosen deals with intangible notions; notions that may be seized more by intuition and imagination than they can be measured and counted. For instance your program notes ask "whether distinct Canadian and American cultural sovereignties exist". Much of my professional life has been involved in dealing, in one way or another, with questions of culture and identity in voluntary organizations of French Canada and in national organizations such as the National Film Board, the CRTC, the Department of Communications and now the CBC. But I'm not sure that I or anyone can offer a proof for the existence or non-existence of identity or a demonstration of the exact impact of cultural industries on identity.

Suffice to say that I know, and most Canadians know, innately and intuitively, that we live and work in a distinctive cultural milieu, in a country whose identity has been formed by forces quite different from those which influenced the development of our most powerful neighbour.

I like these lines of Thomas Saunders about Canada that Pierre Berton quotes in his book "Why We Act Like Canadians":

"A large and lonely land
Under a lonely sky
Save for the friendly stars;
A land not to be wooed in a day
But by a long courting."

Seymour Lipset, who has given a lot of thought to Canadian - American differences, says that "the United States defined itself from its beginning in ideological terms. Americanism is an ideology, a set of integrated beliefs defining the good society". Canada, by contrast, did not come into being through an emotional surge which reached its peak during a war of independence, but as a result of a national political decision almost devoid of

ideology, taken by a group of essentially conservative citizens.

And we are pursuing the process in our own distinctive fashion: through the development of federal-provincial relationships, through events such as the Quebec referendum of 1980 and the patriation of the Canadian constitution in 1982.

We began differently, we remain, stubbornly and inexplicably to some, different.

Canadians at large, who are the most avid consumers in the world of American cultural products, believe in that difference too. In a recent poll more than 90% said that they believed Canadian culture and identity to be different from the U.S.

However, this is not what you have asked me to speak about but rather about the impact of cultural industries upon distinct identity.

The question of the impact of culture or cultural industries - or more precisely broadcasting - on national identity now and then becomes very controversial.

I find that our vocabulary sometimes increases the risks of sterile controversy. For instance I'm not sure the phrase that has recently been in greater use, "cultural sovereignty", is helpful in the debate about public support for cultural development because it is ambiguous.

If it is intended to mean that sovereign states should be fully entitled to use their legislative and financial means to support the cultural development of their citizens, the meaning should be unassailable. This has been the practice throughout history and still is in almost all democratic countries.

On this continent, however, we tend to be unduly influenced by a doctrine which prevails, at the moment, in the United States and which can be briefly summed up as a market place approach to culture. I think it can justly be described as parochial when considered in relation to the rest of the world and as shortsighted when seen in an historical context.

On the other hand, for many people, cultural sovereignty also implies a sort of total control on culture, either by a political

authority or by society as a whole.

Control by the state is repugnant and domination by society is contrary to the very nature of culture. Culture lies at the very heart and soul of the individual or the "person", to use a word more often used in French. Its sources are innumerable; they know no boundary and no century. However they are indeed integrated, moulded, re-formed by our milieu, our family, our religion, our history, and all the elements of the society in which we live.

The specific subject I have been given today is the impact of cultural industries on identity. As the President of what most would agree is one of the largest cultural organizations in Canada, you would expect me to attribute considerable importance to the role of the CBC, and I do. Particularly at the time when we are celebrating the fiftieth anniversary of the CBC and when we are strongly reminded by the media of the role the CBC has played in Canada.

The recently released report of the Task Force on Broadcasting Policy acknowledged that role and recommended greater

responsibility for the CBC as the major source of distinctive Canadian services in radio and television.

While the report was generally well received it did provoke the inevitable backlash from those who dislike what they call "cultural gauleiters" and declaim loudly that they don't want Canadian programming "shoved down their throats" in the name of national identity. This argument essentially says that "We don't need the CBC to be good Canadians". Or as one newspaper columnist put it, "Leave us alone to turn on what we want and turn off what we don't. We'll stay good Canadians, honest".

It's not a bad thing that these views be put forward because they illustrate the simplistic nature of so many arguments about efforts to support Canadian culture. One is the suggestion that, as far as television is concerned, Canadians don't have "freedom of choice". As a matter of fact in one sense it's true. But the real choice they don't have is the Canadian one. How can they have freedom of choice when 96% of the television drama available in Canada - and popular drama is the most watched form of television - comes from the U.S.? When only 29% of all English language television available in Canada is Canadian? When 80% of

the 10,000 television hours which English-speaking children will have watched by the age of 12 will have been spent with U.S. programs because that's all that's available for them to watch.

On the other hand nobody suggests that Canadian identity is completely dependent on the counter-balancing effect of the CBC.

The amalgam of forces which shapes national identity is far more complex than that - even if television is undisputedly the single most pervasive and time consuming cultural influence of our time. On average Canadians spend 22 hours per week watching television. It is undoubtedly a cultural conditioner of great influence.

But of course other factors come into the equation. Economics, because economic stability and prosperity make it possible for things to happen, whereas economic deprivation frustrates them. Foreign policy, because respect abroad engenders confidence at home. Military accomplishments and the defence of democratic institutions. Various social measures which contribute to the quality of life. Geography and nature and beauty of the

landscape.

What do cultural industries contribute? First of all they are only an aspect of a nation's culture. Some people object to the phrase. They say that the two words - culture and industry - are contradictory. I don't agree. I think they represent a phenomenon that has been well known for quite some time, namely that there are "industries" based either on profit making or state support which contribute to the production and dissemination of culture.

Although the expression is recent the reality is not. One need only refer, for instance, to the publishers of Dickens or Balzac or to film companies which enabled Griffith, Cocteau, Rossellini or René Clair to provide the world with cinematic masterpieces. André Malraux, in his book Psychology of Cinema, wrote with great subtlety about the art and psychology of motion pictures but he concluded with the famous phrase: "And on the other hand, cinema is also an industry."

Since cultural industries are only an aspect of culture let us talk about culture and its relation to identity. These two words

are almost synonymous. Identity is the total set of factors which makes an individual or a nation what it is. Culture - if I may be so bold as to attempt a definition - is the expression of identity. This is not the anthropological definition of culture. But in this respect I like Mavor Moore's expression in a recent article of The Globe and Mail where he says that anthropology has "high jacked" the word culture.

Culture is the ability and ultimately the art of expressing identity, knowledge, meaning and aspirations. Identity is not only the capacity to produce goods, to buy and sell and to defend oneself against one's enemies, although all these things are fundamentally important. Identity is personality. Culture is consciousness and the ability to describe, articulate, structure and modulate with thoughts, words, sounds, colours, movements, stories, songs, images.

The cultural industries - publishing, recording, film making, broadcasting - have extended and expanded techniques of production and perhaps most of all vastly multiplied audiences for the symbols of our identity.

To be unduly worried about Canadians listening to foreign music, watching American movies or television programs would be silly. Remarks such as "Canadians are not going to lose their identity because they watch Dallas or Three's Company" are equally silly. It is, as we say in French, "to force your way through an open door".

Of course Canadians will not lose their identity because they occasionally watch Miami Vice. They know it's unimportant.

On the other hand to pretend that cultural industries or Canadian broadcasting or indeed the CBC are unimportant borders on stupidity which Webster amusingly describes as: extreme dullness of perception or understanding; insensibility; sluggishness; lack of wit!

Would anybody seriously argue that CBC radio and television, as well as theatre and music, made no contribution to the Quiet Revolution in Quebec?

The power of radio and television to reach the public is incredible: one symphony concert or opera or serious play on the

English and on the French television networks of the CBC can mean an audience of one or even two million Canadians, from all across the country, including isolated households and villages which never get to see such performances. The equivalent of 10 or 20 million Americans.

Add CBC English and French radio and there is another three or four hundred thousand.

Concert halls and theatres are of course indispensable, but it would take years to reach as many Canadians by that method. Many would never be reached because of the incredible distances of our country, and the isolation of so many people.

And let us not forget the cost of attending the theatre: one evening at the opera, for one person, is about equal to the cost of the whole of the CBC in taxes for one person, for a year.

A Canadian feature film on the CBC French and English TV networks will easily reach 3 to 5 million Canadians. This is a much larger audience than most Canadian or American feature films, shown in motion picture theatres, ever attain in Canada.

The Conference Centre in Ottawa can accomodate about four hundred spectators. When the CBC covers a conference of the first Ministers of Canada more than a million Canadians watch the discussions for one, two or three days on CBC television in English and French. If it's a political convention or election, the audience reached goes as high as six million.

Obviously broadcasting is not the only institution that transmits ideas, values and cultural traditions in any given society. There are schools, universities, theatres, newspapers, books, parents and leaders of all kinds.

Why not argue that none of these institutions is, of itself, indispensable. After all, all the others are there.

In the case of the CBC, however, one must point out that there is no other institution that speaks to all Canadians every day for some 15 hours, in English and in French, about themselves and the world, tells them stories, shows them images through four national radio networks and two television networks.

None of this stops anyone from switching to Dynasty or to a re-run of Hawaii Five-O.

Some people are not worried about the fact that almost all our film and television heroes and characters are imported from the United States. Perhaps it indicates a lack of imagination.

In Jean Anouilh's Joan of Arc, a character asks Joan whether she was sometimes frightened in combat. Of course, she answers, only those without imagination are not afraid of danger.

Let me ask: what would people think if all our monuments, statues in public squares, our streets, and on the grounds of our legislatures represented mainly United States generals, and politicians? If all the portraits in public buildings, universities and schools featured American scholars and historical figures?

Yet in moving pictures and television imagery this is precisely what is going on in Canada. Ninety-six per cent of the drama programs available on Canadian television represent the imaginary world of another people. A people we like but a people with its

own destiny while we want to control ours.

In any country an important aspect of identity is the degree of confidence in itself that the group may have. Confidence comes with success and is reinforced by success. I would venture to say that our cultural industries have had much to do in recent years with demonstrating and illustrating success by Canadians. These industries themselves have been successful.

Many of our magazines in both French and English have been successful - largely due to the C-58 legislation, but also to very good publishers and journalists: Macleans, Actualité, Saturday Night, TV Hebdo, TV Guide, The Financial Post, Coup de pouce, The Financial Times.

Our film producers have produced some excellent films. Lately: *My American Cousin* or *Le déclin de l'empire américain*.

Canadian popular music, which was almost an underground phenomenon 20 years ago, is now a successful phenomenon.

French popular composers and singers are successful in both

French Canada and in Europe.

While a better choice of Canadian programs on Canadian airwaves is something we must continue to strive for, the programs we have are already successful.

Some people still don't realize this and still peddle the view that only imported programs are watched by Canadians.

Remember the Webster dictionary about extreme dullness of perception! Well it takes repetition to overcome it. So let me repeat what I have often said: some Canadian programs such as ANNE OF GREEN GABLES get a bigger share of the available audience than almost any U.S. network program in its own market. LE TEMPS D'UNE PAIX achieves this every week on our French network.

Every week, if not every day, Canadians can identify with some of the best broadcasters, newscasters and reporters in the world: Barbara Frum, Knowlton Nash, Bernard Derome, Madeleine Poulin, Patrick Watson, Marie-Claude Lavallée, Peter Mansbridge, Valerie Pringle, Ann Medina, Raymond St-Pierre, Jean-François Lépine, and so on.

Maybe the most telling evidence is the number of CBC journalists who have been stolen away by U.S. networks.

I can't name people from private stations or networks in case our competitors might think we are thinking of stealing them.

However just for the principle I will mention one of the best, namely Lloyd Robertson, and there are many others.

Our radio programs AS IT HAPPENS and SUNDAY MORNING are rebroadcast by 84 American Public Radio stations in the United States. Our English and French FM networks are undoubtedly among the best serious radio networks in the world.

There may have been periods when the Canadian media paid too much attention to Canadian troubles and difficulties. I think one can now say not only that they are themselves successful but that, in more and more instances, they are a mirror of Canadian success: in business, in finance, in sports, in science and in the arts.

While it may seem difficult to measure precisely the impact of cultural industries, or of broadcasting in particular, on

Canadian or American identity, it seems to be possible to measure their impact on certain types of behaviour; for instance voting behaviour or consumer behaviour. Politicians and advertisers don't seem to have any doubt that broadcasting can influence people's attitudes. The total amount of money invested in broadcasting advertisements in Canada in 1985 was over 1 billion dollars. And in Canada, politicians have made it a matter of law at the federal level that time for political ads must be available for sale during elections.

Eighty-three per cent of the time English-speaking Canadians spent watching prime time news programs on television in 1985 was devoted to Canadian news programs. Wouldn't their view of themselves and of the world be very different if they watched only CBS, or NBC or even the BBC on satellite?

The weekly reach of THE NATIONAL is well over four million; for LE TÉLÉJOURNAL it's almost two million. For the English radio news at 8 o'clock in the morning almost one million. Can anybody seriously suggest that watching and listening to the CBC in such numbers doesn't give Canadians a distinctive national perspective?

The CBC has just been through a week and a half of public hearings for the renewal of its network television licences. Over 300 groups presented briefs to the CRTC to express their concern - either in a positive or negative way - about the impact of television on their lives.

Canadian Inuit for instance fear that television programs originating in the South will obliterate their culture. Francophone Canadians in mainly English-speaking provinces want more CBC programs reflecting their concerns and their identity. The same thing applies to anglophones in Quebec. Parliament has in fact provided in the legislation that such services be made available presumably because of a deep conviction that broadcasting does have an impact on identity.

In a 1985 survey by the CROP organization, 85% of French-speaking Canadians and 74% of English-speaking Canadians said that the CBC was important or very important for Canadian identity.

Last Saturday, on the day the CBC celebrated its fiftieth anniversary, the lead editorial in The Globe and Mail began as

follows:

"Where would Canadians be without the Canadian Broadcasting Corporation, which celebrates its 50th anniversary tomorrow? Its influence has been so strong and so pervasive since its inauguration on Nov. 2, 1936, that we owe much of our sense of ourselves as Canadians to its continued existence.

It has nurtured talent, brought us the world through Canadian eyes and told us stories grounded in local experience. It has been a cultural lifeline, an antidote to the Americanization of the airwaves in this age of cables, high-power broadcasting towers and satellite dishes."

That reference to Americanization reminds us that while the historical, political and demographic circumstances which have shaped us are unique, we share a problem with probably almost every other country: how do we preserve and develop our cultural

identity when we are swamped by a world culture generated by the technology and economics of the industrial era?

Some people equate this world culture with American culture. In a number of other countries and in Canada pressures on government and discussions of this subject often take on an anti-American tone. Conversely, in the United States, any policy undertaken in other countries to maintain a form of cultural expression particular to them is interpreted, even by people one would expect to know better, as a form of chauvinism or a reprehensible form of nationalism.

We even heard a respected American representative some time ago argue quite seriously that cultural exchanges were a good thing and that Canadians need not worry about the presence of American movies and TV programs in Canada. After all, he said, the showing of ANNE OF GREEN GABLES on PBS had done no damage to American identity!

A cultural policy, as Abraham Maslow says, should stem directly from the desire of the individual to "self-actualize". As far as I am concerned, borders merely add a political dimension to the

search for meaningful values, both moral and esthetic, which each individual must be at liberty to pursue as he sees fit.

The individual acquires his culture through being part of a region, a group, through the school, the family, the church, and spending time with his peers and his relatives. Groups form and take root and their identity, cultural heritage and aspirations blend through osmosis. At some point, this phenomenon is expressed in political forms. The state gives it a voice and policies take shape.

Culture grows from a moral, intellectual, religious, or esthetic tradition. It is in a constant state of evolution, like life itself, but, as Northrop Frye has so well described, it has its roots in a geographic location and in a population group.

It reflects the awareness of a group of people which is continuously in search of its identity; searching but also continuously expanding its spiritual frontiers. It is based on the collective memory, even though it also presupposes an ongoing creative and assimilative effort.

In all democratic countries, these policies exist in the presence of, and may compete with, a globally commercialized culture. Every democratic country tries to put its heritage to the fore, allowing individuals, groups, regions and the population as a whole to develop and express themselves without closing the door on the world culture, whether it be good or harmful.

Canada, like many other countries, has chosen to support cultural industries, and to create public cultural institutions. The political scientist Howard Lentner has written, "the public sector of Canadian life is the foundation of Canada's uniqueness". Canadians do not share the American distaste for government involvement. We believe that such involvement can be both desirable and beneficial. We do not share the view that intervention by public authorities is a form of protection or interference which should be avoided because it inevitably leads to mediocrity and the loss of individual freedom. As a matter of fact, we believe the opposite: that it creates more choice.

Indeed, I would argue that it is homogenized, commercially driven entertainment that leads to mediocrity.

Canada is part of a tradition to which most other countries in the world adhere. A goodly proportion of the known works of art - painting, architecture, music, ballet, opera, theatre and in more recent times cinema and television - are the result of direct or indirect action by the state or the church. The United States is the conspicuous exception to this observation.

As mentioned before, I doubt that it is possible to be empirically precise about the degree to which cultural industries contribute to national unity and Canadian identity, because the evidence lies in the almost unquantifiable impact of the portrayal of people and places, the telling of stories, the exploration of values, the collective experience of witnessing great events together. However, I do not believe that culture and identity flourish in an atmosphere of benign neglect. I do not believe that if the Conservative government of R.B. Bennett had failed to act on the report of the Aird Commission, Canadians would be as sturdily confident of their place in the world as they are today.

And for fifty years since then a stream of reports, Royal Commissions and Task Forces has reaffirmed the importance

Canadians attach to these matters.

Fifty years ago, Bennett drew attention to the particular relationship between broadcasting and the nurturing of national identity when he said: "This country must be assured of complete control of broadcasting from Canadian sources, free from foreign interference or influence. Without such control, radio broadcasting can never become a great agency for communication of matters of national concern and for the diffusion of national thought and ideals, and without such control, it can never be the agency by which national consciousness may be fostered and sustained and national unity still further strengthened...".

In retrospect there was, and is, a certain hollowness to the ringing statements about "complete control of broadcasting... free from foreign interference or influence". It does enable one to speculate however, how much less free, how much more influenced we might be today if the Bennett government had not taken that view of broadcasting.

This view has been echoed by virtually every inquiry into cultural or communications matters since then. The O'Leary Royal

Commission on Publications: "...communications media are the thread which bonds together the fibres of a nation. They can protect a nation's values and encourage their practice. They can make democratic government possible and better government probable. They can soften regional asperities and bring honourable compromises. They can inform and educate in the arts, the sciences, and commerce. They can help market a nation's products and promote its material wealth. In these functions, it may be claimed - claimed without much challenge - that the communications of a nation are as vital to its life as its defences, and should receive at least as great a measure of national protection...

...Only a truly Canadian printing press, one with the feel of Canada and directly responsible to Canada, can give us the critical analysis, the informed disclosure and dialogue which are indispensable in a sovereign society".

The special Senate Committee on the Mass Media: "Magazines are special... Magazines in a different way from any other media can help foster in Canadians a sense of themselves. In terms of cultural survival, magazines could potentially be as important as

railroads, airlines, national broadcasting networks, and national hockey leagues".

The Spencer report on feature film: "The future of Canada as a cultural entity with its own literature, poetry, music, drama and, above all, the popular arts of film and television must depend on two foundations of equal strength. First, the creative ability of the artists themselves and the energy of the entrepreneurs who will bring their works to public attention and, secondly, the determination of government to back their efforts with financial assistance and the regulation and legislation required to give them a share of their own market".

Finally the Prime Minister of Canada, Mr. Mulroney, speaking in Chicago just a year ago: "When it comes to discussing better trade rules for cultural industries, you will have to understand that what we call cultural sovereignty is as vital to our national life as political sovereignty. And how could it be otherwise, living, as we do, with a country ten times our population.

Canada and the United States are different sovereign democracies.

In the United States, you cast the net of national security over more areas than we; in Canada, we cast the net of cultural sovereignty more widely than you".

The research carried out by these various inquiries also testifies to the unique role played by cultural industries in reflecting the distinctiveness of Canadian society.

In contrast to the United States culture is a matter of concern, even of worry, to many Canadians. Maybe even that is part of our identity. Moreover, at a time when there is to be more and more economic and military interdependence, many Canadians feel that culture lies at the very heart of political sovereignty. They feel strongly that there can be no political sovereignty, and thus no authority over their own lives, without cultural autonomy and vitality.



L'incidence des industries culturelles sur l'identité canadienne

Notes pour une allocution
du président de la SRC,
Pierre Juneau

28th Annual Canadian-American Seminar
Center for Canadian American Studies
The University of Windsor
Windsor (Ontario) Canada

Le 6 novembre 1986

Monsieur le président, c'est pour moi un honneur d'avoir été invité à prendre la parole à ce 28^e séminaire annuel canado-américain. Un honneur mais aussi un défi. Tous les participants à cette conférence comprendront pourquoi. Le sujet que vous avez choisi d'aborder porte sur des notions intangibles; des notions que l'on peut tenter de cerner avec son intuition et son imagination, mais que l'on aurait bien du mal à mesurer et à déterminer avec précision. Ainsi, dans votre programme, vous demandez "s'il existe vraiment une différence entre la souveraineté culturelle canadienne et américaine". J'ai consacré une bonne partie de ma vie professionnelle à m'occuper, d'une façon ou d'une autre, de questions de culture et d'identité, au sein d'organisations bénévoles au Canada français, et d'organismes nationaux comme l'Office national du film, le CRTC, le ministère des Communications et, à présent, la Société Radio-Canada. Mais je doute que l'on puisse, moi ou quiconque, prouver qu'il existe ou qu'il n'existe pas une identité dans ce domaine ni démontrer les effets précis des industries culturelles sur l'identité.

Laissez-moi simplement vous dire ceci : je sais pertinemment, comme la plupart des Canadiens, que je vis et que je travaille dans un milieu culturel distinct, dans un pays dont l'identité a été modelée par des forces bien différentes de celles qui ont influencé l'évolution de notre très puissant voisin.

J'aime beaucoup ces quelques lignes de Thomas Saunders sur le Canada, que Pierre Berton cite dans son livre "Why We Act Like Canadians" :

"A large and lonely land
Under a lonely sky
Save for the friendly stars;
A land not to be wooed in a day
But by a long courting." ¹

Seymour Lipset, qui s'est longuement penché sur les différences entre le Canada et les États-Unis, dit que "les États-Unis se sont toujours définis en termes idéologiques. L'américanisme est une idéologie, une série de croyances intégrées qui définissent la bonne société". Le Canada, par contre, n'est pas issu d'un élan sentimental poussé à son paroxysme lors d'une guerre d'indépendance, mais plutôt d'une décision politique nationale presque totalement dépourvue d'idéologie, prise par un groupe de citoyens essentiellement conservateurs.

¹ *"Un pays d'immensité et de solitude
Qui ne s'apprivoise pas en un jour
Mais qu'il faut courtoiser longtemps."* [Traduction libre]

Depuis lors, nous poursuivons ce processus d'une façon qui nous est bien particulière : par le développement de relations fédérales-provinciales, par des événements comme le référendum qui a eu lieu au Québec en 1980, ou encore le rapatriement de la Constitution en 1982.

Nous avons connu des débuts différents, et nous demeurons obstinément différents; ce qui peut paraître, pour certains, inexplicable.

Dans l'ensemble, les Canadiens, qui sont les consommateurs les plus friands de produits culturels américains dans le monde, croient également en cette différence. Selon un récent sondage, plus de 90 pour cent d'entre eux estiment que la culture et l'identité canadiennes sont différentes de celles des États-Unis.

Mais ce n'est pas de tout cela que vous m'avez demandé de parler, mais plutôt des répercussions des industries culturelles sur l'identité.

La question de l'influence de la culture, des industries culturelles -- ou plus précisément de la radiotélévision -- sur l'identité nationale soulève parfois de vives controverses.

J'ai l'impression que le vocabulaire que nous utilisons augmente parfois les risques de discussions stériles. Ainsi, je me demande si l'expression "souveraineté culturelle" dont nous nous servons beaucoup depuis quelque temps ne complique pas le débat sur l'aide publique qu'il convient d'accorder au développement culturel, car elle est

ambiguë. Si l'on veut dire par là que tout état souverain devrait profiter pleinement de ses moyens législatifs et financiers pour appuyer le développement culturel de ses citoyens, alors l'expression est inattaquable. C'est ce qui s'est toujours fait, et se fait encore dans la plupart des pays démocratiques. Sur notre continent, nous avons tendance à nous laisser influencer, à tort, par une doctrine qui prévaut, pour l'instant, aux États-Unis et que l'on pourrait décrire comme une approche commerciale de la culture. Je crois que l'on peut, avec juste raison, dire que ce genre de raisonnement tient de l'esprit de clocher lorsqu'on pense au reste du monde, et qu'elle est bien limitée lorsqu'on la considère dans un contexte historique.

Par contre, pour bien des gens, la notion de souveraineté culturelle implique également une sorte de contrôle total sur la culture, soit de la part d'une autorité politique, soit d'une société dans son ensemble.

Le contrôle par l'État est ignoble, et la domination par la société va à l'encontre de la nature même de la culture. Celle-ci se trouve au coeur et dans l'âme de l'individu ou de la personne. Ses sources sont innombrables; elles s'étendent au-delà des frontières, au-delà des siècles. Elles sont néanmoins intégrées, moulées, remodelées par notre milieu, notre famille, notre religion, notre histoire et tous les éléments de la société dans laquelle nous vivons.

On m'a demandé de parler plus précisément aujourd'hui de l'influence des industries culturelles sur l'identité. En tant que président de ce que la plupart des gens reconnaissent comme l'une des plus grandes institutions culturelles au Canada, il serait normal que j'accorde une importance considérable au rôle de Radio-Canada, et c'est bien le cas. D'autant plus que nous célébrons cette année notre cinquantenaire et que les médias nous rappellent avec force le rôle que la Société a joué au fil des ans au Canada.

Le récent rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion reconnaît ce rôle. Il recommande que l'on accorde de plus grandes responsabilités à Radio-Canada, principale source de services distinctifs de radio et de télévision au Canada.

Le rapport a reçu un accueil généralement favorable, mais il a néanmoins déclenché l'inévitable ressac de ceux qui dénoncent l'impérialisme culturel et clament très fort qu'ils ne veulent pas qu'on leur impose une programmation canadienne au nom de l'unité nationale. Leur argument peut se résumer de la façon suivante : "Nous n'avons pas besoin de Radio-Canada pour être de bons Canadiens". Ou, ainsi que l'exprimait un chroniqueur de la presse écrite, "Laissez-nous décider de ce que nous voulons voir ou ne pas voir. Nous demeurerons de bons Canadiens, n'ayez crainte".

Ce n'est pas une mauvaise chose que l'on exprime ce genre d'opinions, car elles illustrent bien la nature simpliste de bon nombre d'arguments

sur les efforts qui sont déployés pour encourager la culture canadienne. D'un côté, on suggère que dans le domaine de la télévision, les Canadiens n'ont pas "la liberté de choix". En fait, dans un certain sens, c'est effectivement le cas : ce qui leur manque en effet, c'est l'option canadienne. Comment peut-on parler de liberté de choix lorsque 96 pour cent des dramatiques télévisuelles de langue anglaise disponibles au Canada -- et les dramatiques populaires constituent la catégorie d'émissions la plus regardée à la télévision -- proviennent des États-Unis? Lorsque seulement 29 pour cent de toutes les émissions de télévision de langue anglaise offertes au Canada sont canadiennes? Lorsque 80 pour cent des 10 000 heures de télévision que les jeunes anglophones ont passées à regarder la télévision lorsqu'ils atteignent 12 ans ont été consacrées à des émissions américaines, car c'est tout ce qu'on peut leur offrir?

D'un autre côté, personne ne va jusqu'à prétendre que l'identité culturelle canadienne dépend totalement de l'effet de contrepoids que peut avoir Radio-Canada.

L'amalgame de forces qui modèle l'identité nationale est bien plus complexe que cela -- même si la télévision est indiscutablement l'influence culturelle la plus envahissante de notre époque, l'activité de loisir à laquelle les gens consacrent le plus de temps. (Les Canadiens passent en moyenne 22 heures par semaine devant leur petit écran.) La télévision a sans aucun doute un effet de conditionnement culturel énorme. Naturellement, d'autres facteurs entrent aussi en

ligne de compte. La conjoncture économique par exemple, car en période de prospérité, on peut accomplir bien des choses, alors que l'austérité engendre maintes frustrations. La politique étrangère également car le fait de susciter l'estime à l'étranger crée un climat de confiance dans son propre pays. Ou les exploits militaires et la défense des institutions démocratiques. Ou diverses mesures sociales qui contribuent à la qualité de la vie. Ou encore la géographie, la nature et la beauté du paysage.

Mais que doit-on aux industries culturelles? Premièrement, elles ne représentent qu'un aspect de la culture d'un pays. Certains désapprouvent l'expression car selon eux les deux termes -- culture et industrie -- sont contradictoires. Je ne suis pas d'accord. Je pense qu'elles représentent un phénomène que l'on connaît bien depuis quelque temps, à savoir qu'il y a des "industries", à but lucratif ou subventionnées par l'État, qui contribuent à la production et à la propagation de la culture. L'expression est récente, mais la réalité, elle, ne l'est pas. Il suffit de penser par exemple aux éditeurs de Balzac ou de Dickens, ou aux sociétés cinématographiques qui ont permis à Cocteau, Griffith, Rossellini ou René Clair de mettre à la portée du monde entier des chefs-d'oeuvre du cinéma. André Malraux a rédigé un excellent ouvrage sur l'art et la psychologie du film intitulé "Psychologie du cinéma", qu'il concluait néanmoins par cette phrase célèbre : "D'un autre côté, le cinéma est également une industrie".

Puisque les industries culturelles ne sont qu'un aspect de la culture, parlons de cette dernière et de son rapport avec l'identité. Les deux termes sont presque synonymes. L'identité est l'ensemble des facteurs qui font d'une personne ou d'un peuple ce qu'ils sont. La culture -- si je puis me permettre de tenter de la définir -- est l'expression de l'identité. Il ne s'agit pas, bien sûr, d'une définition anthropologique. À ce propos, j'aime bien l'expression que Mavor Moore utilisait dans un récent article du Globe and Mail où il disait que l'anthropologie a "piraté" le mot culture.

La culture, c'est la capacité et, en dernier ressort, l'art d'exprimer l'identité, le savoir, la pensée et les aspirations. L'identité n'est pas simplement la capacité de produire des biens, d'acheter et de vendre, ou de se défendre contre les ennemis, bien que tout ceci soit fondamentalement important. L'identité, c'est la personnalité. La culture, c'est la conscience et la capacité de décrire, d'exprimer, de structurer et de moduler à l'aide d'idées, de mots, de sons, de couleurs, de mouvements, de récits, de chants, d'images.

Les industries culturelles -- l'édition, le disque, le cinéma, la radiotélévision -- ont élargi et amélioré leurs techniques de production et, ce qui est peut-être le plus important, multiplié énormément les auditoires des symboles de notre identité.

Il serait ridicule de s'inquiéter outre mesure de ce que les Canadiens écoutent de la musique étrangère, regardent des émissions télévisuelles ou des films américains. Mais dire que "les Canadiens ne vont pas perdre leur identité parce qu'ils regardent Dallas ou Three's Company" est tout aussi ridicule. Cela revient à "enfoncer des portes ouvertes", comme le veut l'expression.

Bien sûr, les Canadiens ne perdront pas leur identité en regardant de temps en temps Miami Vice. Ils savent que ce n'est pas important.

Mais par contre, prétendre que les industries culturelles, que la radiotélévision canadienne, et plus précisément Radio-Canada, n'ont aucune importance frise la stupidité dont le dictionnaire donne cette amusante définition : qui est atteint d'une sorte d'inertie mentale, dont rien ne semble pouvoir éveiller l'intelligence ou la sensibilité.

Quelqu'un pourrait-il sérieusement prétendre que la radio et la télévision de Radio-Canada, comme le théâtre et la musique, n'ont pas joué un rôle dans la Révolution Tranquille au Québec?

Le pouvoir qu'ont la radio et la télévision d'atteindre le public est incroyable : que les réseaux français et anglais de la télévision de

Radio-Canada diffusent un concert symphonique, un opéra ou une pièce de théâtre, et voilà un auditoire de un ou même deux millions de Canadiens de partout au pays, y compris des foyers et villages isolés où l'on n'a jamais l'occasion de voir de tels spectacles. Soit l'équivalent de 10 ou 20 millions d'Américains.

Rajoutez à cela la radio française et anglaise de Radio-Canada, et vous obtenez trois ou quatre centaines de milliers de personnes de plus.

Les salles de concerts et les théâtres sont évidemment indispensables, mais il leur faudrait des années pour atteindre autant de monde. Et bien des Canadiens ne verraient jamais de spectacles, ne serait-ce qu'en raison des distances énormes et de l'isolement de tant de gens.

Et il ne faut pas négliger non plus le prix du billet d'entrée. Le coût d'une place à l'opéra représente à peu près ce qu'une personne paie par an, en impôts, pour l'ensemble des services de Radio-Canada.

Un long métrage canadien, présenté aux réseaux de télévision français et anglais de la Société, atteint facilement de trois à cinq millions de Canadiens. Or, un long métrage, qu'il soit canadien ou américain, obtient rarement, sinon jamais, un auditoire aussi vaste dans les salles de cinéma du Canada.

Le Centre des conférences à Ottawa peut recevoir environ 400 personnes. Lorsque Radio-Canada couvre une conférence des premiers ministres, plus

d'un million de Canadiens suivent les débats durant un, deux ou trois jours à la télévision française et anglaise. Et lorsqu'il s'agit d'un congrès politique ou d'élections, ce chiffre peut grimper jusqu'à six millions.

Bien entendu, la radio et la télévision ne sont pas les seules à transmettre les idées, les valeurs et les traditions culturelles dans une société. Il y a les écoles, les universités, les théâtres, les journaux, les livres, les parents et les dirigeants de toute sorte.

On pourrait très bien prétendre qu'aucun de ces éléments n'est, en soi, indispensable. Après tout, les autres sont là.

Dans le cas de Radio-Canada, toutefois, il faut bien reconnaître qu'il n'existe aucune autre institution qui s'adresse quotidiennement à tous les Canadiens durant une quinzaine d'heures, en français et en anglais, pour leur parler d'eux-mêmes et du monde, leur présenter des récits, leur montrer des images, sur quatre réseaux de radio et deux réseaux de télévision nationaux.

Et cela n'empêche personne de regarder Dynasty ou une reprise de Hawaii Five-0.

Certains ne s'inquiètent pas particulièrement du fait que presque tous nos films et nos héros et personnages de télévision soient importés des États-Unis. Peut-être cela indique-t-il un manque d'imagination.

Dans Jeanne d'Arc de Jean Anouilh, un personnage demande à Jeanne si elle a parfois peur au combat. Bien entendu, répond-elle, il n'y a que ceux qui manquent d'imagination qui n'ont pas peur du danger.

Mais que penserait-on si les monuments, les statues que l'on voit dans nos rues et devant nos parlements représentaient surtout des généraux et politiciens américains? Si dans nos immeubles publics, nos universités et nos écoles, l'on ne trouvait que des portraits d'universitaires et de personnages historiques américains?

Pourtant, c'est précisément ce qui se passe à la télévision au Canada. Quatre-vingt-seize pour cent des dramatiques offertes à la télévision canadienne de langue anglaise représentent l'imaginaire d'un autre peuple. Un peuple que nous aimons bien, mais qui a sa propre destinée alors que nous voulons maîtriser la nôtre.

Dans n'importe quel pays, le degré de confiance que la collectivité peut avoir en elle-même est un aspect important de l'identité. La confiance vient avec le succès et le succès la renforce. J'irais jusqu'à dire que nos industries culturelles ont beaucoup fait ces dernières années pour montrer et illustrer les réussites des Canadiens. Ces industries elles-mêmes ont réussi. Bon nombre de nos magazines en français et en anglais se portent bien, grâce surtout à la loi C-58, mais aussi à l'excellence des éditeurs et des journalistes :

L'Actualité, Macleans, Saturday Night, TV Hebdo, TV Guide,

The Financial Post, Coup de pouce, Financial Times. Nos quotidiens aussi connaissent le succès. Plusieurs d'entre eux sont parmi les meilleurs journaux du monde. Le Globe and Mail a réussi à devenir un quotidien national. Toutes ces publications font actuellement état de nos talents.

Nos cinéastes ont produit d'excellents films comme récemment "Le déclin de l'empire américain" et "My American Cousin".

La musique populaire canadienne, qui était presque un phénomène méconnu il y a 20 ans, est maintenant très écoutée.

Les compositeurs et chanteurs francophones populaires remportent de vifs succès à la fois au Canada français et en Europe.

Nous devons continuer à nous efforcer d'offrir un meilleur choix d'émissions canadiennes sur nos ondes canadiennes, mais il n'en demeure pas moins que celles que nous présentons actuellement plaisent déjà beaucoup.

Il y a encore des gens qui ne réalisent pas cela et s'imaginent que les Canadiens ne regardent que les émissions importées.

Rappelez-vous la définition du dictionnaire : une sorte d'inertie mentale ... il faut répéter les choses souvent pour les faire comprendre. Permettez-moi donc de reprendre ce que j'ai souvent dit déjà : certaines émissions canadiennes comme ANNE OF GREEN GABLES

recueillent une part de l'auditoire disponible plus importante que presque n'importe quelle émission des réseaux américains dans leur propre marché. LE TEMPS D'UNE PAIX réalise cet exploit chaque semaine à notre réseau français.

Semaine après semaine, sinon jour après jour, les Canadiens ont l'occasion de s'identifier avec des annonceurs et reporters parmi les meilleurs au monde : Madeleine Poulin, Bernard Derome, Barbara Frum, Knowlton Nash, Patrick Watson, Marie-Claude Lavallée, Peter Mansbridge, Valerie Pringle, Raymond St-Pierre, Jean-François Lépine, Ann Medina, etc.

La meilleure preuve en est probablement le nombre de journalistes de Radio-Canada que les réseaux américains nous ont pris.

Je n'ose pas trop nommer des gens des stations ou des réseaux privés, car nos concurrents pourraient croire que nous voulons les attirer chez nous. Mais j'aimerais quand même, pour le principe, mentionner l'un des meilleurs, c'est-à-dire Lloyd Robertson, et il y en a bien d'autres.

Nos émissions radiophoniques AS IT HAPPENS et SUNDAY MORNING sont rediffusées par 84 stations de l'American Public Radio aux États-Unis. Les réseaux MF de Radio-Canada, en français et en anglais, sont sans nul doute parmi les meilleurs réseaux de radio sérieuse du monde.

Il y a probablement eu des périodes où les médias canadiens ont accordé trop d'attention aux ennuis et aux difficultés de notre pays. Mais je pense que l'on peut à présent non seulement dire qu'ils réussissent bien eux-mêmes, mais également qu'ils sont de plus en plus souvent le miroir des succès canadiens : dans le monde des affaires, de la finance, du sport, des sciences et des arts.

S'il peut paraître difficile d'évaluer avec précision l'incidence des industries culturelles, et de la radiotélévision en particulier, sur l'identité canadienne ou américaine, il semble par contre possible de la mesurer en regard de certains types de comportement; par exemple, celui des électeurs ou des consommateurs. Les personnalités politiques et les annonceurs publicitaires ne semblent pas douter de l'influence de la radiotélévision sur l'attitude des gens. En 1985, au Canada, on a investi au total plus d'un milliard de dollars dans la publicité à la radio et la télévision. Quant aux politiciens de la scène fédérale, ils ont inclus dans leur législation des dispositions prévoyant la possibilité d'acheter des annonces politiques lors des campagnes électorales.

En 1985, le temps consacré par les Canadiens anglophones à l'écoute des émissions d'information canadiennes aux heures de pointe équivalait à 83 pour cent de leur temps d'écoute total de cette catégorie d'émissions. Leur opinion d'eux-mêmes et du reste du monde ne serait-elle pas fort différente s'ils ne regardaient que CBS, NBC, ou même la BBC transmise par satellite?

Le TÉLÉJOURNAL a une portée hebdomadaire de près de deux millions de téléspectateurs; et THE NATIONAL de plus de quatre millions. Les informations diffusées à 8 heures du matin à la radio anglaise atteignent près d'un million d'auditeurs. Qui oserait sérieusement prétendre que le fait de regarder et d'écouter Radio-Canada en si grand nombre ne donne pas aux Canadiens une perspective nationale distincte?

Radio-Canada vient tout juste de participer à une semaine et demi d'audiences publiques pour le renouvellement des permis d'exploitation de ses réseaux de télévision. Plus de 300 groupes ont présenté des mémoires au CRTC pour dire ce qu'ils pensaient -- en bien ou en mal -- de l'influence de la télévision sur leurs vies.

Les Inuits du Canada, par exemple, craignent que les émissions de télévision qui proviennent du sud du pays ne menacent leur culture. Les Canadiens francophones vivant dans les provinces à majorité anglophone veulent voir à Radio-Canada davantage d'émissions adaptées à leurs préoccupations et à leur identité. Il en va de même pour les anglophones du Québec. Le Parlement a d'ailleurs légiféré pour que de tels services soient offerts, vraisemblablement parce qu'il était profondément convaincu de l'influence de la radiotélévision sur l'identité des Canadiens.

Un sondage réalisé en 1985 par CROP révèle que 85 pour cent des Canadiens francophones, et 74 pour cent des anglophones, estiment que Radio-Canada revêt une importance ou une grande importance pour l'identité canadienne.

Samedi dernier, en l'honneur du cinquantenaire de Radio-Canada, l'éditorial principal du Globe and Mail commençait ainsi :

"Où en seraient les Canadiens sans la Société Radio-Canada qui célèbre demain son cinquantième anniversaire? Depuis son inauguration, le 2 novembre 1936, son influence est si forte que nous devons en grande partie à son existence la perception que nous avons de nous-mêmes en tant que Canadiens.

Elle a favorisé l'épanouissement de nos talents, nous a fait voir le monde à travers des yeux de Canadiens et raconté des récits fondés sur notre expérience. Elle a été une source de vie culturelle, un antidote à l'américanisation des ondes en cette époque du câble, des émetteurs à grande puissance et des antennes paraboliques." [Traduction]

Cette référence à l'américanisation nous rappelle que, bien que les circonstances historiques, politiques et démographiques qui nous ont façonnés soient uniques, nous faisons face à un problème comme probablement la plupart des autres pays : comment préserver et développer notre identité culturelle alors que nous sommes envahis par une culture mondiale issue de la technologie et de l'économie de l'ère industrielle?

Pour certains, la culture mondiale est la culture américaine. Dans bien des pays, dont le Canada, les pressions exercées sur les gouvernements et les débats sur le sujet prennent souvent des allures de procès anti-américain. En revanche, aux États-Unis, tout effort déployé par un autre pays pour préserver une forme d'expression culturelle qui lui est propre est considéré, même par des gens que l'on pourrait croire plus sensés, comme une manifestation de chauvinisme ou de nationalisme répréhensible.

Une personnalité américaine respectée a même déclaré très sérieusement, il n'y a pas longtemps, que les échanges culturels sont une bonne chose et que les Canadiens n'ont pas à se soucier de la présence des émissions de télévision et des films américains au Canada. Après tout, a-t-il lancé, l'identité américaine n'a nullement souffert de la présentation d'ANNE OF GREEN GABLES à l'antenne de PBS!

Comme Abraham Maslow le dit, toute politique culturelle devrait découler directement du désir "d'auto-réalisation" de l'individu. En ce qui me concerne, les frontières ne font qu'ajouter une dimension politique à la recherche de valeurs morales et esthétiques positives, que chacun doit avoir la liberté de mener à son gré.

L'individu acquiert sa culture en évoluant dans une région, un groupe, que ce soit à l'école, dans sa famille ou à l'église, en passant du temps avec ses amis ou ses proches. Les groupes se forment et implantent leurs racines, et leur identité, leur héritage culturel et

leurs aspirations se fondent par osmose. À un moment donné, ce phénomène prend des formes politiques. L'État lui permet de s'exprimer et les politiques se créent.

La culture repose sur une tradition morale, intellectuelle, religieuse et esthétique. Elle est en constante évolution, comme la vie elle-même mais, comme Northrop Frye le disait si bien, elle a ses racines dans un certain endroit et dans une collectivité donnée.

Elle reflète la conscience d'un groupe de gens qui sont continuellement en quête de leur vraie identité, tout en élargissant sans cesse les frontières de l'esprit. Elle est fondée sur la mémoire collective, même si elle présuppose également un effort continu de créativité et d'assimilation.

Dans tous les pays démocratiques, ces politiques existent en présence d'une culture commercialisée dans le monde entier, avec laquelle elles sont parfois en concurrence. Tous les pays démocratiques s'efforcent de mettre de l'avant leur patrimoine, en permettant aux individus, aux groupes, aux régions et à la population dans son ensemble de s'épanouir et de s'exprimer sans fermer la porte à la culture planétaire, bonne ou mauvaise.

Le Canada, à l'instar de nombreux autres pays, a choisi d'aider ses industries culturelles, et de créer des institutions publiques dans ce domaine. Comme l'écrivait le politicologue Howard Lentner, "le secteur

public de la vie canadienne est le fondement du caractère unique du Canada". Les Canadiens ne sont pas comme les Américains qui n'aiment pas les interventions du gouvernement. Nous croyons qu'elles peuvent être à la fois souhaitables et bénéfiques; nous ne partageons pas l'opinion selon laquelle l'intervention des autorités publiques représente une forme de protection ou d'ingérence qui devrait être évitée, car elle aboutit inévitablement à la médiocrité et à la perte de la liberté individuelle. En fait, nous pensons le contraire : elle permet d'offrir un plus grand choix.

Je dirais même que c'est le divertissement homogénéisé, soumis à des motivations d'ordre commercial, qui mène à la médiocrité.

Dans ce sens, le Canada fait partie d'une tradition à laquelle adhèrent la plupart des autres pays. Une forte proportion des oeuvres d'art connues -- dans le domaine de la peinture, de l'architecture, de la musique, du ballet, de l'opéra, du théâtre et, depuis plus récemment, du cinéma et de la télévision -- sont le résultat d'actions directes ou indirectes de l'État ou de l'Église. Les États-Unis sont la seule grande exception à la règle.

Ainsi que je l'ai dit précédemment, je doute qu'il soit possible de déterminer avec précision, de façon empirique, la mesure dans laquelle les industries culturelles contribuent à l'unité nationale et à l'identité canadienne. En effet, il serait presque impossible de mesurer leur incidence sur la façon dont nous décrivons les gens et les

lieux, racontons des récits, explorons des valeurs et vivons des expériences collectives en assistant ensemble à de grands événements. Toutefois, je ne suis pas de ceux qui croient que la culture et l'identité s'épanouissent dans une atmosphère de douce négligence. Je ne crois pas que si le gouvernement conservateur de R.B. Bennett n'avait pas donné suite au rapport de la Commission Aird, les Canadiens seraient aussi fermement convaincus de leur place dans le monde qu'ils le sont aujourd'hui.

Et durant les 50 années qui ont suivi, d'innombrables rapports, commissions d'enquête et groupes de travail n'ont cessé de réaffirmé combien les Canadiens attachent d'importance à ces questions.

Il y a 50 ans, Bennett attirait l'attention sur les liens particuliers qui existent entre la radiodiffusion et la promotion de l'identité nationale : "Notre pays doit s'assurer le contrôle total de la radiodiffusion de sources canadiennes, libre de toute interférence ou influence étrangère. Sans un tel contrôle, la radiodiffusion ne pourra jamais devenir cet important moyen de communication de questions d'intérêt national et de diffusion de nos idées et idéaux nationaux, ni cet organisme grâce auquel notre conscience nationale sera encouragée et préservée, et notre unité nationale renforcée davantage..." En rétrospective, ces grandes déclarations sur "le contrôle total de la radiodiffusion... libre de toute interférence ou influence étrangère" sonnent un peu creux. On peut néanmoins se demander si nous ne serions

pas moins libres et plus influencés aujourd'hui si le gouvernement Bennett n'avait pas pris cette position en matière de radiodiffusion.

Cette opinion a été reprise dans presque toutes les enquêtes menées depuis lors sur les questions de culture ou de communication. La commission d'enquête O'Leary sur les publications déclarait que : "Les médias de communication sont comme les fils qui relient les fibres d'un peuple. Ils protègent les valeurs d'un peuple et encouragent leur application. On leur doit l'existence d'un gouvernement démocratique, et probablement celle d'un gouvernement meilleur. Ils atténuent les inégalités régionales et favorisent des compromis honorables. Ils informent et éduquent dans le domaine des arts, des sciences et du commerce. Ils facilitent la mise en marché des produits du pays et font valoir ses richesses matérielles. À tous ces égards, on peut affirmer -- sans grands risques -- que les communications d'un peuple sont aussi vitales pour sa survie que sa défense, et devraient donc jouir d'une protection nationale au moins aussi importante...

...Seule une presse écrite réellement canadienne, qui ait le sens du Canada et qui soit directement responsable envers lui, peut nous donner les analyses critiques, les informations éclairées et le dialogue qui sont indispensables dans une société souveraine."

Le comité spécial du Sénat sur les mass medias disait : "Les magazines constituent un phénomène assez particulier... Sur le plan de la survivance culturelle, ils pourraient éventuellement se révéler tout

aussi importants que les chemins de fer, les lignes aériennes, les réseaux de radiodiffusion ou les ligues nationales de hockey; il leur est possible de soutenir, bien que d'une façon différente de celles des autres genres d'organes d'information, le sentiment d'identité dans l'esprit des Canadiens".

Le rapport Spencer sur les longs-métrages : "L'avenir du Canada en tant qu'entité culturelle possédant sa propre littérature, poésie, musique, son propre théâtre et, surtout, son art populaire du cinéma et de la télévision, dépend de deux éléments de force égale. D'une part, les capacités créatrices des artistes eux-mêmes et l'énergie des entrepreneurs qui portent leurs oeuvres à l'attention du public et, d'autre part, la détermination du gouvernement à soutenir leurs efforts au moyen d'une assistance financière et des règlements et lois nécessaires pour leur garantir une part de leur propre marché".

Finalement, le Premier ministre du Canada, M. Mulroney, en prenant la parole à Chicago il y a à peine un an, déclarait que : "Quand viendra le moment de discuter de meilleures règles commerciales pour les industries culturelles, il faudra que vous compreniez que notre souveraineté culturelle est tout aussi vitale dans notre vie nationale que notre souveraineté politique. Et comment pourrait-il en être autrement pour nous, car votre population est dix fois la nôtre?

Le Canada et les États-Unis sont des démocraties souveraines distinctes. Chez vous, le dispositif de sécurité nationale recouvre un

plus grand nombre de domaines que chez nous; au Canada, c'est le dispositif de la souveraineté culturelle qui en recouvre plus large que chez vous."

Les recherches effectuées par ces diverses enquêtes attestent en outre le rôle unique en son genre des industries culturelles qui rendent compte du caractère distinct de la société canadienne.

Contrairement à ce qui se passe aux États-Unis, la culture préoccupe, voire inquiète, bien des Canadiens. D'ailleurs, ceci fait peut-être même partie de notre identité. À une époque où l'interdépendance économique et militaire est de plus en plus forte, de nombreux Canadiens estiment que la culture se situe au coeur même de la souveraineté politique. Ils pensent fermement qu'ils ne peuvent avoir de souveraineté politique, et donc d'autorité sur leurs propres vies, sans autonomie ni vitalité culturelles.



Introductory Remarks
by Pierre Juneau
President of the CBC



House of Commons Committee on
Communications and Culture

November 26, 1986

Mr. Chairman

Members of the Committee

You have invited me to appear before you today to discuss the CBC's Annual Report for 1985-86. This year, the Corporation, which was officially created in 1936, completed 50 years of service to Canadians.

As you know, however, its beginnings go back to 1932, when the government of the Right Honourable R.B. Bennett decided that Canada should have its own public broadcasting agency. Introducing Bill 94 in May of that year, he said:

...This country must be assured of complete Canadian control of broadcasting from Canadian sources. Without such control, broadcasting can never be the agency by which national consciousness may be fostered and sustained and national unity still further strengthened...

Mr. Chairman, I have often pointed out, and I wish to point out again today -- not to flatter the political group to which you belong but to underline a point worth making -- that, over the years, public broadcasting in Canada has enjoyed support that goes beyond party politics and partisan concerns. This is no doubt explained by the broad base of support among the Canadian people.

Senator Lemoyne expressed this feeling well in a recent testimonial to the CBC during which he said: "I want to praise the government of this country which at the time so brilliantly fulfilled its cultural role."

Indeed all ministers responsible for the CBC have shared a fundamental conviction regarding the essential role of public broadcasting in our country. Most recently, at the Financial Post Conference on Broadcasting, the Honourable Flora MacDonald expressed it in the following terms:

Over the years, the public broadcasting sector, and specifically the CBC, has been the key to attaining many of the cultural and social goals we have set for the broadcasting system in Canada. It will be just as important, if not more so, in the years to come.

It should also be pointed out that this non-partisan support for the CBC has been maintained throughout the years. For instance, the Parliamentary Committee that oversaw the drafting of the Broadcasting Act of 1968 rendered a unanimous report. And, with the exception of one vote, the bill was passed unanimously in the House of Commons.

Speaking in the Senate about the CBC on its 50th anniversary, Senator Lowell Murray said:

...The CBC is a great national institution that has played an extremely important role in our country and in the unity of our country, and I am convinced it still has a very important role to play.

Other institutions and individuals have made some very moving remarks on this anniversary.

A Globe and Mail editorial said of the CBC "Its influence has been so strong and so pervasive since its inauguration that we owe much of our sense of ourselves as Canadians to its continued existence." The Vancouver Sun described the CBC as "a great national institution - one of the few truly human links joining all corners of

the country." In an editorial entitled "Hommage à Radio-Canada", La Presse said that "...throughout its history, the CBC has in countless ways enchanted the eyes and ears of all Canadians." The Halifax Chronicle-Herald called the CBC "...a touchstone of most Canadians' daily lives."

In a gracious tribute from a competitor, Peter Trueman of Global News told his viewers: "One way or another, right across this country the CBC is part of our lives and I'm sure that the word Canadian wouldn't mean the same thing at all without it."

Commenting on the CBC's performance as Host Broadcaster at Expo 86 the Commissioner-General Patrick Reid wrote "You and your team of professionals have done a splendid job assisting broadcasters both in Canada and abroad to promote the Exposition." His colleague from the Ontario Pavilion added, "You should all climb to the top of our world's tallest freestanding flagpole, so the world can see, and take a deep bow." These are only a few of the hundreds of accolades received during the past few weeks from politicians, ministers, government representatives, church leaders and individual citizens.

As for the year just past, to give it its due, the words of a former President of the Pulp and Paper Association

of Canada, Robert Fowler, should be recalled, when he said: "The only thing that really matters in broadcasting is program content; all the rest is housekeeping."

The CBC, its Board of Directors, its producers, its technicians, its clerks, all its employees can point without hesitation before you and the Canadian public, to the pride they take in their achievements of the past year -- and I refer to both management and the quality of programming. Yes, I said management, and I will, as you expect, deal with various aspects of this topic. For instance, the achievements I am going to mention could not have taken place without good management. The remarkable quality of programming is a tribute to good management.

Programming, I'm sure, is of interest to you since that is the CBC's raison d'être. It is through its programs that the CBC gives Canadians what the Globe and Mail called "a sense of ourselves." That is what CBC radio does through services which are as distinctively Canadian as we can make them and represent a level of excellence matched by few other broadcasters in the world.

The popularity of our radio networks is growing.

The audience for the French networks in 1985 was 20 per cent greater than the previous year. The English networks increased their share in the same period by 12 per cent.

"A sense of ourselves" is an even more important objective for the CBC's television networks. Both the French and English services have concentrated on raising Canadian content levels, not only in prime time but in periods, for example, when children's programs are broadcast. The results tell the tale. In the September to March period of 1985-86, Canadian content on the English network in prime time reached a record 77 per cent. On the French network it was 79 per cent.

How could that happen without good management, in a period of budget shortfalls and staff reductions?

The English network now carries substantially less U.S. programming in prime time than does the BBC; the French network less than the public networks in France.

What's more the audience liked what it saw. Despite the challenge of replacing highly popular American series and competing with new stations and cable services, the television networks maintained or increased their share

of viewing.

There were some spectacular successes in the area we need them most, in popular drama. On the French network LE TEMPS D'UNE PAIX, which is a CBC in-house production, had an average audience of almost 2.4 million, nearly three-quarters of all francophones watching television. La Presse last week carried a front page feature on this program and called it "an incredible phenomenon." On the English network the biggest of many big winners was ANNE OF GREEN GABLES whose nearly 5.4 million viewers made it the most popular Canadian drama program ever produced. This, by the way, was an independent production, one of the many successful examples of the CBC's involvement with the private sector of film and television production.

News and current affairs programs have always been important to CBC audiences. Every week THE NATIONAL and LE TÉLÉJOURNAL reach more than six million, THE JOURNAL and LE POINT about the same. Serious business programs such as VENTURE and LE SENS DES AFFAIRES attract 800,000 and 500,000 viewers respectively. MAN ALIVE is watched by more than a million.

Coming back to the management aspect, these successes also represent greater productivity and efficiency

because CBC staff succeeded in doing more with less. Costs per broadcast hour, measured in constant dollars, declined in 1985-86 by comparison with the previous year. Advertising revenue increased at a rate substantially higher than that for private television. We even managed to add a few transmitters, although our capital budget in constant dollars is half what it was a decade ago.

Several of our regional centres held open houses; all were successful but some spectacularly so - such as in Ottawa where 22,000 people turned up, enduring traffic jams and blocked streets just to get there. Or Montreal ... where over 80,000 came to the Maison de Radio-Canada.

The CBC has worked closely with private producers since the creation of Telefilm Canada in 1983, investing \$67 million in private-sector productions. I must point out here that no additional funds were granted to the CBC for this purpose. This means that the Corporation has had to increase its commercial revenue and reduce expenditures in other areas so that it could make these investments.

Greater Canadian content, improved programming on radio and television in English and French, investments in

private production, more transmitters, larger audiences -- all this took place without any additional funding, but rather with diminished resources if we take into account not only actual reductions in operating appropriations but the very real impact of inflation on the CBC's operations.

Intellectual honesty and the most basic sense of fair play require that the CBC and its employees be given proper credit for the job they do. Two years ago there was an article in TV Guide entitled "Stop Knocking The CBC." Even now, on the 50th anniversary of the Corporation, there are some people who pursue the harassment. Why?

Since the beginning of 1985, the CBC has reduced its establishment by 1,400. To do this, it has had to abolish positions, encourage early retirements and unfortunately lay off about 420 employees. I doubt that any area of the federal government has had to undergo such drastic staff cuts. For example, if a proportionate number of layoffs had taken place in the federal government as a whole, nearly 8,000 people would have been laid off.

I said I would come back to the questions concerning administration.

Again I say, why do some people - fortunately not that many - keep on undermining and knocking the CBC.

First of all, few public agencies receive as much support from the Canadian public. The audience figures prove it, the letters of support we receive prove it, the surveys prove it.

In a national survey, representative of the Canadian population, conducted in Spring 1984, respondents were asked 'how important they feel it is for Canada to have a service such as the CBC.' The response was an overwhelmingly positive one. Ninety-four per cent of francophones and 89 per cent of anglophones felt that it is 'very important' or 'fairly important' to have a service such as the CBC in Canada.

In a 1985 survey by the CROP organization, 85 per cent of French-speaking Canadians and 74 per cent of English-speaking Canadians said that the CBC was important or very important for Canadian identity.

I have checked the annual reports of the Auditor General for the past 15 years. Not one of them suggests any misuse of public money where the CBC is concerned. Neither does the Auditor General's report for 1985-1986.

For the past 15 years, the Auditor General has approved, with hardly any negative comment, the CBC's financial statements.

The Caplan-Sauvageau Report clearly refutes the claim according to which our productions cost more than those of private producers. In fact, the opposite is true.

The Report also says on page 319 that "little fat remains to be cut."

The Nielsen Report which I referred to earlier before this Committee says "The study team has reviewed the actions taken by CBC's management to cover these various shortfalls and thinks the general direction taken is appropriate. The funds seem to have been found by cutting or consolidating management and by efficiencies in the programming area."

This report also stated that "the complexity of the operation and the uncertainties of the future role of the CBC lead the study team to conclude, however, that the Government may be well advised to refrain from levying any more cuts against the operational budget of the CBC until it has had an opportunity to review and, perhaps, revise the CBC's mandate."

I turn now specifically to the question of the National Finance System. There has been a good deal of loose talk and sloppy reporting and exaggeration in connection with this new system. Fortunately, most of the media did not fall for it.

At no time did the CBC lose \$57 million, or \$25 million, or \$5 million. The CBC has not lost resources at all.

Wherein lies the problem then? And how serious is that problem? I state firmly that we acknowledge the existence of a serious computerized bookkeeping problem. It is a serious computerized accounting problem. But I would like to point out that nowhere in his comments on our Annual Report nor in his own report to Parliament does the Auditor General refer to the CBC losing \$57 million. If it had been, in the language of the Auditor, a matter of special interest, I am sure the Auditor General would have felt obliged to report it in our Annual Report and to Parliament.

In fact, we can argue that during 1985-86, the CBC has made more efficient use of its resources, by reducing staff and operating costs while maintaining or improving services, audiences and revenues.

In 1985-86, the CBC cut its expenses, as noted on page

32 of our Annual Report, by almost \$50 million. The establishment decreased by 1,050 positions plus another 350 this year as I have already mentioned. Revenues, on the other hand, increased by \$13 million over the previous year.

When I came to the CBC in 1982, the Board of Directors and I felt that corporate financial management and control systems needed to be improved. In his Comprehensive Audit Report of 1984, the Auditor General reinforced this view. The objective of the National Finance System was to improve the accounting system of the CBC so that managers could manage even better, so that financial systems in various parts of the country would be compatible, and so that senior management could itself be in a position to account fully to the Board of Directors, to government, to Parliament and to the taxpayers. It was established from the beginning that this would be a complex undertaking to be implemented over a number of years.

The problems which led to the Auditor General's qualification of our 1985-86 accounts arose for the following reasons. The system was introduced too quickly and without adequate testing of computer programs. Implementation of the system was compromised by the retirement and layoff of key personnel because of

budget reductions. Finally the change from the old system of multiple general ledgers to the new system of a single national general ledger was not effected as smoothly as expected. As the Auditor General has pointed out, the result was that "an unexpectedly large volume of accounting entries was recorded in special accounts that required detailed analysis and correction before proper accounting could be achieved."

These accounts are called "holding accounts" and they bring me to the question of the \$57 million which the CBC is alleged to have "lost."

This is strictly a bookkeeping problem.

The sum of money in question represents properly authorized expenditures for things such as payroll or goods and services. The Auditor General has stated that his audit "did not reveal any misappropriations of the Corporation's resources..." He also notes that with regard to the sub-systems which support the National Finance System -- matters such as corporate and performers payroll, sales receivables and receipts, supplies inventory, film and script rights and fixed assets -- his audit had not revealed any matters of significance regarding the sub-systems themselves.

The problem has to do not with the spending of funds but with the way the expenditures were recorded in the National Finance System. To put it in the simplest terms, the national computer system made things too complicated so that in some cases it was temporarily impossible to identify which budget in the central system an expense should be charged to; the wrong budget number was entered and the computer rejected the expense. In other cases the complexity of the process was such that the audit trail of certain transactions was lost.

Should you desire it our finance and auditing staff can provide you with a full technical explanation of how these difficulties came about. The focus of the Board of Directors and of senior management now is to ensure that last year's problems do not recur. To this end, in the name of the Board I announced on August 28 the appointment of a Task Force of some of the most eminent accountants in the country, chaired by H. Marcel Caron, a past President of the Canadian Institute of Chartered Accountants and past Executive Partner of Clarkson Gordon Chartered Accountants.

Mr. Caron has been assisted by four other prominent accountants. The other members of the group are:

M. Denis Desautels, Caron Bélanger/Clarkson Gordon,
Partner in charge of the Montreal office;
Mr. S.J. Gaston, Partner, Price Waterhouse, and Chairman
of the World Firm Audit Methods Group;
Mr. Raymond H. Healey, National Director of Computer
Audit, and Partner, Thorne Ernst and Whinney since 1973;
and
Mr. Robert M. Rennie, Chairman of the Board of Touche
Ross International, and Partner since 1957.

Three of them are with us today.

The group began its work immediately following my
announcement in August, and it presented its report and
conclusions to the Audit Committee, and yesterday to the
full Board of Directors of the CBC.

The terms of reference of the Task Force were as
follows:-

1. Review the audit opinion and other observations on
the CBC's 1985-86 financial statements submitted by
the Auditor General and advise on appropriate
action.
2. Review the National Finance System as it exists now,

propose any remedial action that may be necessary and recommend courses of action for the full implementation of a satisfactory system as quickly as possible.

The Task Force believes that the establishment of an effective National Finance System can be achieved if its action plan is properly coordinated and implemented with appropriate resources.

The action plan recommended by the Task Force is divided into three phases:

- Phase 1 is immediate
- Phase 2 covers from now until mid-1987
- Phase 3 could extend into 1989

The objective of Phase 1 is to stabilize the existing system.

Specific recommendations are:

1. Produce an adjusted balance sheet as at April 1, 1986, and ensure the balances therein are properly supported and documented.
2. Ensure that the suspense and clearing accounts are reduced to and maintained at acceptable levels and

that they are amenable to audit.

3. Take all reasonable steps to bring the bank reconciliations under control and amenable to audit within an acceptable timeframe.
4. Stabilize the existing system and ensure that it is operating effectively.
5. Coordinate audit plans and requirements with the Auditor General concerning his work on the opening balance sheet as at April 1, 1986, the adequacy of the books of accounts, the adequacy of internal controls and the fiscal 1987 financial audit.

In this respect, the Task Force reported that the efforts being made by the CBC to stabilize the NFS, to bring under control the suspense and clearing account situation and to clear the backlog of bank reconciliations will contribute to meeting the audit and reporting objectives of the Corporation. The report states that the goal to have auditable records for the year ending March 31, 1987, now appears achievable. A proper balance sheet as at April 1, 1986, is needed so that a fair presentation of income, expenditure and surplus/deficit for the current year can be achieved. It appears, at this point, that it should be possible

for the CBC to prepare financial statements which present fairly its financial position at March 31, 1987, and the results of its operations for the year ending on that date.

In concluding their comments on this matter, the Task Force stated that, "to the extent that the CBC can quickly resolve the problems referred to previously, it should improve the Corporation's chances of demonstrating to the Auditor General that, on balance, it did keep proper books of account."

Phase 2 is to achieve an interim improvement to the present NFS system, following on from the stabilization actions taken in Phase 1.

Phase 2 emphasizes more timely, accurate and reliable information and reporting, and is to provide an acceptable bridge to the long-term solution. The somewhat technical steps proposed under Phase 2 are detailed in the report which you will receive today. The Task Force has recommended a Project Team to implement Phase 2 and such a group will be established.

The objective of Phase 3 is to develop and implement a modified NFS and related management information system that will be responsive to the business requirements of

the CBC and will parallel the management philosophy and structure of the Corporation. The Task Force believes that it is feasible for the redesign to be based on components of the present system, including purchased software modules already implemented or acquired by the Corporation.

The Task Force listed some of the more important design principles which should shape the design of our new NFS.

In brief, the system should serve the needs of all user groups.

- The design should respect decision making responsibility and accountability.
- The system should reflect the true nature of CBC operations, i.e., numerous custom production and distribution units, organized into geographical divisions and programming activities.
- Management reporting should coincide with the management structure and accountability hierarchy of the Corporation.
- The accounts and coding structure should be simplified.

- Uniformity of local systems for budgeting and cost control should be supported.

The Task Force also recommended certain other detailed requirements to be included in the design process.

As recommended by the Task Force, I intend to appoint a Steering Committee and Project Task Force to oversee implementation of this action plan to modify the National Financial System.

We have all along recognized and acted on the need to improve the management of the finances at the CBC. The more visible action has been an effort to redirect our available funds into programming as much as possible, and to cope with budget cuts and shortfalls. To manage these efforts and constraints we had been committed from the outset to establish a national financial system. The development of the National Finance System was therefore begun in 1984.

Like all major systems developments we knew it would be a complex, long-term project.

It was a major disappointment to us that the first phase of the system did not meet expectations in the year

ended March 31, 1986. Fortunately we had other systems to maintain control over our finances. But we have not wavered in our commitment to a fundamental improvement in the financial management systems of the CBC. We have taken all the steps necessary to avoid repetition of the Auditor General's comment on our Annual Report, and to ensure that the National Finance System is redirected to meet our expectations. To that end we appointed the Task Force of five prominent chartered accountants whose report has been tabled with you today.

We shall implement their recommended action plans, described above. I am convinced that this will enable the CBC to recover from its present problems and achieve the improvements in financial management and controls to which the CBC's Board of Directors and management are committed.

Mr. Chairman,

I am asked to appear before you today to discuss the CBC's overall performance in 1985-86. I want to emphasize that in terms of its principal objective, programming, 1985-86 was a banner year. The quality and quantity of television programs, CBC produced and bought from the private sector, were at an all-time high, as was audiences and critical response, in spite of

continuing resource problems.

Radio went from strength to strength and demonstrated its capacity to undertake successful change in a challenging market environment. Commercial and program sales were up. Serious programs series such as LE DÉFI MONDIAL and MAN ALIVE attracted more than a million viewers on average. The audience response to drama favorites such as ANNE OF GREEN GABLES and LE TEMPS D'UNE PAIX can only be described as phenomenal.

1985-86 was the CBC's fiftieth year. Almost everything I have read, or heard from political figures, public officials, or the general public indicates a strong consensus that they want the CBC. They want it to go on representing a broad canvas of this country, to go on bringing Canadians together, to go on making us known to each other.

The first 50 years were great ones. The Board and management and staff of the CBC look forward with great confidence to the next 50.

Qui plus est, les auditoires sont satisfaits. Malgré le défi que représente le remplacement de séries américaines populaires et la concurrence des nouvelles stations et des nouveaux services de câblodistribution, les réseaux de télévision de Radio-Canada ont maintenu ou même augmenté leurs parts d'auditoire.

Nous avons connu un certain nombre de succès spectaculaires, justement dans le secteur où nous en avons le plus besoin : les dramatiques populaires. Au réseau français, LE TEMPS D'UNE PAIX a attiré en moyenne près de 2,4 millions de téléspectateurs, soit presque les trois quarts de tous les francophones à l'écoute. La semaine dernière, cette émission faisait d'ailleurs la une de la La Presse qui la qualifiait de véritable "phénomène". Du côté anglais, la grande gagnante des nombreuses émissions vedettes a été ANNE OF GREEN GABLES qui, avec ses 5,4 millions de téléspectateurs, constitue l'émission dramatique la plus populaire jamais réalisée au Canada anglais. Il s'agissait d'une production indépendante, l'un des nombreux exemples de succès que suscite la collaboration étroite entre Radio-Canada et le secteur privé de la production.

Les émissions d'information ont toujours été importantes à Radio-Canada. Plus de 6 millions de spectateurs regardent LE TÉLÉJOURNAL et THE NATIONAL chaque semaine. Il en est à

peu près de même pour LE POINT et THE JOURNAL. Des émissions sérieuses comme LE SENS DES AFFAIRES et VENTURE attirent respectivement 500 000 et 800 000 téléspectateurs. Plus d'un million de personnes regardent MAN ALIVE.

Pour en revenir à la gestion, la réussite de nos émissions témoigne carrément d'une productivité et d'une efficacité accrues, puisque le personnel de Radio-Canada a réussi à accomplir davantage avec moins de ressources. Les coûts horaires de diffusion, mesurés en dollars constants, ont baissé en 1985-1986, par comparaison à l'année précédente. Les recettes publicitaires ont augmenté à un rythme considérablement plus rapide que celui de la télévision privée. Nous avons même réussi à ajouter quelques émetteurs, même si notre budget d'équipement en dollars constants a diminué de moitié depuis dix ans.

Plusieurs de nos centres régionaux ont tenu des journées d'accueil pour le grand public. Toutes ont remporté un vif succès, mais certaines ont été vraiment mémorables -- comme à Ottawa, où 22 000 personnes ont répondu à l'invitation, provoquant maints embouteillages dans le quartier. À Montréal, plus de 80 000 personnes ont visité la Maison de Radio-Canada.

Radio-Canada collabore étroitement avec les producteurs indépendants. Depuis la création de Téléfilm Canada, en 1983, on a investi 67 millions de dollars dans des productions du secteur privé. Je dois rappeler qu'aucune somme supplémentaire n'a été accordée à Radio-Canada à cette fin. La Société a donc dû augmenter ses recettes publicitaires et comprimer ses dépenses dans d'autres domaines pour réussir ces investissements.

L'augmentation du contenu canadien, l'amélioration de la programmation française et anglaise à la radio et à la télévision, les investissements dans la production privée, l'installation de nouveaux émetteurs, l'accroissement des auditoires - tout cela a été accompli non seulement sans crédits additionnels mais, en fait, avec des budgets réduits, si l'on tient compte de la diminution réelle des crédits d'exploitation et de l'incidence de l'inflation.

L'honnêteté intellectuelle et le fair-play le plus élémentaire exigeraient que l'on donne à Radio-Canada et à ses employés tout le crédit qu'ils méritent pour leur travail. Il y a deux ans, TV Guide a publié un article intitulé "Stop Knocking The CBC" (Arrêtons de taper sur Radio-Canada). Au moment où Radio-Canada célèbre son 50e anniversaire, certains poursuivent leur campagne de dénigrement. Pourquoi?

Depuis le début de 1985, Radio-Canada a retranché 1 400 postes de son effectif global. Pour y parvenir, il a fallu abolir des postes, inciter des gens à prendre une retraite anticipée et, malheureusement, licencier environ 420 employés. Je doute qu'aucun secteur du gouvernement fédéral n'ait eu à subir des compressions d'effectif aussi draconiennes. En fait, si l'on avait procédé proportionnellement au même nombre de mises à pied dans l'ensemble du gouvernement fédéral, près de 8 000 personnes auraient été touchées.

Parlons maintenant de la gestion de Radio-Canada.

Je le répète, pourquoi certaines personnes - pas beaucoup fort heureusement - semblent-elles se complaire à dénigrer Radio-Canada?

Tout d'abord, peu d'organismes publics reçoivent autant d'appui de la population. Les cotes d'écoute le prouvent, les lettres que nous recevons l'attestent, les sondages le démontrent.

Dans un sondage national effectué au printemps 1984, on demandait aux répondants à quel point ils considéraient Radio-Canada comme important pour le pays. Les résultats furent très fortement positifs. Quatre-vingt-quatorze pour cent des francophones et 89 pour cent des anglophones

affirmaient qu'un service comme celui de Radio-Canada était "très important" ou "assez important".

Dans un sondage CROP effectué en 1985, 85 pour cent de Canadiens francophones et 74 pour cent d'anglophones ont indiqué que Radio-Canada jouait un rôle important ou très important pour l'identité nationale.

J'ai revu les rapports annuels du Vérificateur général depuis 15 ans. Aucun d'entre eux ne laisse entendre que Radio-Canada ait mal utilisé les deniers publics au cours de ces 15 années. Le rapport de 1985-1986 non plus. Au cours de ces mêmes 15 années, le Vérificateur général a toujours approuvé les états financiers de Radio-Canada pratiquement sans commentaires négatifs.

Le rapport Caplan-Sauvageau, quant à lui, rejette clairement le mythe selon lequel nos productions seraient plus coûteuses que celles du secteur privé. En fait, c'est le contraire qui est vrai.

Le rapport ajoute que ce n'est plus dans le gras mais dans le vif qu'il faudra trancher.

Le rapport Nielsen, que j'ai déjà cité lors d'une comparution antérieure devant ce comité, constate que : "Le Groupe

d'étude a passé en revue les mesures adoptées par Radio-Canada pour remédier à ces manques à gagner. À son avis, ces mesures vont en général dans le bon sens. Radio-Canada, dit-on, semble avoir fait les coupures en réduisant les frais administratifs généraux, en regroupant des services de gestion et par une gestion plus efficace de la programmation".

Le rapport souligne également que : "La complexité du service fourni et les incertitudes qui planent au sujet du rôle futur de Radio-Canada amènent toutefois le Groupe d'étude à conclure que le gouvernement serait bien avisé de s'abstenir de toute nouvelle réduction du budget de Radio-Canada tant qu'il n'aura pas eu l'occasion d'examiner et, le cas échéant, de modifier le mandat de la Société."

J'en viens maintenant au cas précis du Système financier national. On a souvent dit et écrit n'importe quoi à ce sujet, en exagérant les choses. Fort heureusement, la plupart des médias ne s'y sont pas laissés prendre.

À aucun moment Radio-Canada n'a perdu 57 millions de dollars - ni 25 millions, ni même 5. Radio-Canada n'a pas perdu un seul sou.

Mais où réside donc le problème? Et quelle en est la gravité? Je reconnais sans hésitation l'existence d'un grave problème de comptabilité informatique. Mais je tiens à souligner que nulle part dans ses commentaires à l'égard de notre rapport annuel, ni dans son propre rapport au Parlement, le Vérificateur général ne soulève la question des 57 millions de dollars. Si, dans les mots mêmes du Vérificateur général il s'était agi d'une "question d'un intérêt particulier", je suis persuadé qu'il se serait fait un devoir de le signaler dans notre Rapport annuel ou dans son propre rapport au Parlement.

En fait, on peut dire qu'au cours de l'exercice 1985-1986 la Société a utilisé ses fonds d'une manière plus efficace, en comprimant son personnel et ses frais d'exploitation, tout en maintenant ou même en améliorant ses services, ses cotes d'écoute et ses recettes.

Comme nous l'indiquons à la page 32 de notre rapport annuel, Radio-Canada a réduit ses dépenses de près de 50 millions de dollars en 1985-1986. L'effectif a baissé de 1 050 postes, puis de 350 autres cette année, pour un total de 1 400 postes comme je le mentionnais auparavant. Les recettes, par contre, ont augmenté de 13 millions de dollars par rapport à l'année précédente.

Quand je suis arrivé à Radio-Canada en 1982, le Conseil d'administration et moi-même avons estimé qu'il fallait améliorer les systèmes de gestion et de contrôle financiers de la Société. Dans son rapport de vérification intégrée de 1984, le Vérificateur général a corroboré ce point de vue. L'objectif du Système financier national était d'améliorer l'imputabilité des divers secteurs de Radio-Canada afin que les gestionnaires puissent s'acquitter encore mieux de leurs fonctions, que les systèmes financiers des diverses régions du pays soient compatibles, et que la haute direction elle-même soit davantage en mesure de rendre compte au Conseil d'administration, au gouvernement, au Parlement et aux contribuables. Il avait été reconnu dès le début que ce serait là une tâche complexe qui prendrait plusieurs années à réaliser.

Les problèmes que le Vérificateur général a relevés à l'égard de nos comptes de 1985-1986 découlaient des causes suivantes. Le système est entré en service trop rapidement et sans essais préliminaires adéquats des programmes informatiques. La mise en oeuvre du système a été compromise par le départ de certains employés clé qui, en raison des compressions budgétaires, ont été mis à la retraite ou licenciés. Enfin, le passage de l'ancien système, qui comportait de multiples grands livres, au nouveau système comportant un seul et unique grand livre national ne s'est pas effectué aussi

facilement qu'on l'espérait. Comme le faisait remarquer le Vérificateur général, cette transition explique qu'"un volume d'inscriptions beaucoup plus important que prévu a été porté dans des comptes spéciaux qui nécessitent des analyses et des corrections détaillées avant de pouvoir terminer la comptabilité."

Ces comptes, appelés "comptes d'attente", me ramènent à la question des 57 millions de dollars que Radio-Canada aurait prétendument "égarés".

Il s'agit là strictement d'un problème de comptabilité.

La somme en question représente des dépenses dûment autorisées pour des secteurs comme la paie ou les biens et services. Le Vérificateur général a déclaré que sa vérification "n'a révélé aucune mauvaise utilisation des fonds de la Société...". Il souligne aussi qu'en ce qui concerne les sous-systèmes du grand Système financier national - des questions comme les salaires du personnel et les cachets des artistes, les comptes clients et les reçus, l'inventaire des fournitures, les droits sur les films et les scénarios, ainsi que les biens immobilisés - sa vérification n'a rien révélé de significatif.

La difficulté ne réside pas dans la manière dont l'argent a été dépensé, mais bien dans la façon dont les dépenses ont

été consignées dans le Système financier national. Bref, disons que le système informatique national a compliqué les choses au point que, dans certains cas, nos experts financiers se sont temporairement trouvés dans l'impossibilité de déterminer à quel budget du système central il fallait imputer certaines charges; l'introduction du mauvais numéro de budget a fait que l'ordinateur a rejeté les frais. Dans d'autres cas, la complexité du processus était telle que l'on a perdu la piste de vérification de certaines transactions.

Si vous le désirez, notre personnel des finances et de la vérification peut vous fournir toutes les explications techniques sur les causes de ces accrocs. La priorité du Conseil d'administration et de la haute direction consiste maintenant à empêcher que ne se répètent les problèmes de l'année dernière. C'est pourquoi, le 28 août dernier, j'annonçais au nom du Conseil d'administration la nomination d'un Groupe d'étude composé d'éminents comptables du pays et présidé par M. H. Marcel Caron, ancien président de l'Institut canadien des comptables agréés et ex-associé exécutif de Clarkson Gordon, comptables agréés.

M. Caron a été secondé dans sa tâche par quatre autres comptables de renom. Ce sont :

M. Denis Desautels, Caron Bélanger/Clarkson Gordon; Associé et directeur du bureau de Montréal;

M. S.J. Gaston, Associé, Price Waterhouse; et président du Groupe des méthodes de vérification du cabinet mondial;

M. Raymond H. Healey, Associé, Thorne Ernst et Whinney depuis 1973; et

M. Robert M. Rennie, Président du conseil d'administration de Touche Ross international, et associé depuis 1957.

Trois d'entre eux sont parmi nous aujourd'hui.

Le Groupe a commencé ses travaux immédiatement après mon annonce, au mois d'août. Il a remis son rapport et ses conclusions au Comité de vérification et, hier, il l'a présenté à tout le Conseil d'administration de Radio-Canada.

Le mandat du Groupe d'étude était le suivant :

1. Étudier l'opinion et les autres observations que le Vérificateur général a exprimées à l'égard de la vérification des états financiers de la Société de 1985-1986 et recommander les mesures à prendre.
2. Étudier le Système financier national tel qu'il existe actuellement, proposer les moyens susceptibles de corriger la situation et recommander une marche à suivre

pour qu'un système satisfaisant soit pleinement mis en oeuvre, le plus vite possible.

Le Groupe d'étude estime que l'on peut mettre en place un Système financier national efficace si l'on veille à coordonner et mettre en oeuvre correctement son plan d'action, avec les ressources appropriées.

Le plan d'action que le Groupe d'étude recommande se répartit en trois volets :

- La Phase I qui est immédiate
- La Phase II qui commence dès maintenant et s'étend jusqu'à mi-1987
- La Phase III qui pourrait durer jusqu'en 1989

La Phase I a pour objectif de stabiliser le système actuel. Les recommandations spécifiques sont les suivantes :

1. Présenter un bilan régularisé au 1er avril 1986 et s'assurer que les soldes soient analysés et justifiés de façon adéquate.
2. S'assurer que les comptes transitoires et de compensation soient ramenés et maintenus à des niveaux acceptables et qu'ils deviennent vérifiables.

3. Prendre toutes les mesures raisonnables possibles pour que, dans des délais acceptables, les concordances bancaires puissent se faire régulièrement et deviennent vérifiables.
4. Stabiliser le système actuel et s'assurer qu'il fonctionne efficacement.
5. Coordonner les plans et exigences de vérification avec le Vérificateur général en ce qui concerne ses travaux relatifs au bilan d'ouverture au 1er avril 1986, à la tenue des registres comptables, aux contrôles internes et à la vérification financière de l'exercice 1987.

À cet égard, le Groupe d'étude rapporte que les efforts déployés par Radio-Canada pour stabiliser le SFN, maîtriser la situation des comptes transitoires et de compensation et rattraper le retard pris dans les concordances bancaires contribueront à réaliser les objectifs de la Société en matière de vérification et de rapports. Il indique qu'il semble à présent possible de produire des registres comptables vérifiables pour l'exercice se terminant le 31 mars 1987. La Société aura besoin d'établir un bilan convenable au 1er avril 1986 pour présenter une image fidèle de ses revenus, dépenses, et excédents ou déficits pour l'exercice courant. Il semble, à ce stade, que Radio-Canada

puisse être en mesure de préparer des états financiers qui présenteront fidèlement sa situation financière au 31 mars 1987 ainsi que les résultats de ses activités pour l'exercice.

En guise de conclusion à ses commentaires sur ce sujet, le Groupe d'étude a déclaré que "dans la mesure où la Société Radio-Canada pourra résoudre rapidement les problèmes mentionnés précédemment, elle devrait être davantage en mesure de montrer au Vérificateur général que, dans l'ensemble, elle a bien tenu ses registres comptables."

La Phase II a pour objectif d'apporter des améliorations provisoires au Système financier national actuel, améliorations qui feront suite aux mesures de stabilisation de la Phase I.

La Phase II visera surtout à obtenir des renseignements et des rapports plus ponctuels, exacts et fiables, et devrait constituer une transition acceptable avant la solution à long terme. Les étapes relativement techniques proposées pour la Phase II sont détaillées dans le rapport que vous recevrez aujourd'hui. Le Groupe d'étude a recommandé que l'on confie à une équipe de projet la mise en oeuvre de la Phase II, et nous constituerons donc ce groupe.

La Phase III a pour objectif de concevoir et de mettre en oeuvre un SFN modifié ainsi qu'un système d'informatique de gestion connexe qui répondront aux besoins concrets de Radio-Canada en tant qu'entreprise, et correspondront à sa politique de gestion ainsi qu'à ses structures. Le Groupe d'étude estime que le remaniement doit s'effectuer à partir des composantes du système actuel, y compris les modules de logiciel achetés qui sont déjà en service ou que la Société a déjà en sa possession.

Le Groupe d'étude énumère les principes les plus importants qui devraient régir la conception du nouveau SFN.

En bref, le système devrait répondre aux besoins de tous les groupes d'utilisateurs.

- La conception devrait respecter les processus de prise de décision et d'imputabilité.
- Le système devrait refléter la véritable nature des activités de Radio-Canada, c'est-à-dire de nombreux centres de production maison et de distribution, organisés en divisions géographiques et activités de programmation.
- Les rapports de gestion devraient coïncider avec la structure opérationnelle et la hiérarchie de l'imputabilité de la Société.

- La structure des comptes et de leur codification devrait être simplifiée.
- Il faudrait favoriser l'existence de systèmes locaux homogènes pour l'établissement du budget et le contrôle des coûts.

Le Groupe d'étude recommande également que l'on incorpore d'autres critères dans le processus de conception.

Conformément aux recommandations du Groupe d'étude, j'ai l'intention de nommer un Comité directeur et un Groupe de travail qui auront la tâche de veiller à la mise en oeuvre de ce plan d'action pour modifier le Système financier national.

Nous avons toujours reconnu la nécessité d'améliorer la gestion des finances de Radio-Canada, et nous avons agi dans ce sens. Notre action la plus visible est l'effort que nous avons déployé, pour réorienter autant que possible les fonds disponibles au profit de la programmation et pour venir à bout des compressions et des carences budgétaires. Pour y parvenir, nous avons résolu dès le début d'établir un système financier national. C'est ainsi qu'est né le Système financier national en 1984.

Nous savions que ce serait un projet complexe et de longue haleine, comme c'est généralement le cas lorsqu'on élabore des systèmes d'une telle envergure.

Nous avons été extrêmement déçus de constater, au cours de l'exercice clos le 31 mars 1986, que la première phase du système ne répondait pas à nos attentes. Heureusement, nous avons d'autres systèmes pour garder le contrôle de nos finances. Mais nous n'avons pas remis en cause notre décision d'apporter des améliorations fondamentales aux systèmes de gestion financière de Radio-Canada. Nous avons pris toutes les mesures nécessaires pour éviter que ne se répète le genre de commentaires du Vérificateur général qui figurent dans notre rapport annuel de 1985-1986 et pour nous assurer que le Système financier national soit adapté de manière à répondre à nos exigences. À cette fin, nous avons nommé le Groupe d'étude constitué des cinq comptables agréés de renom, dont le rapport vous a été présenté aujourd'hui.

Nous allons mettre en oeuvre le plan d'action qu'il recommande et que j'ai décrit il y a quelques instants. Je suis convaincu que cela permettra à Radio-Canada de surmonter ses problèmes actuels et d'améliorer la gestion et le contrôle de ses finances, ainsi que le Conseil d'administration et la direction de Radio-Canada se sont engagés à le faire.

Monsieur le président,

On m'a demandé de me présenter devant vous aujourd'hui pour discuter de la performance globale de Radio-Canada en 1985-1986. J'aimerais souligner qu'en ce qui a trait à son principal objectif, c'est-à-dire la programmation, 1985-1986 a été une année des plus réussies. En qualité comme en quantité, les émissions de télévision, produites par Radio-Canada ou acquises auprès du secteur privé, ont battu tous les records, tout comme les auditoires et la réaction des critiques et cela malgré les incessants problèmes de manque de fonds.

La radio a fait de mieux en mieux. Elle a prouvé qu'elle était capable de se transformer avec succès dans un marché des plus exigeants. Les ventes d'émissions et de publicités ont augmenté. Des séries sur des sujets sérieux comme **Le Défi mondial** et **Man Alive** ont attiré en moyenne plus d'un million de téléspectateurs. L'accueil que l'auditoire a réservé à des dramatiques de prédilection comme **Le Temps d'une paix** et **Anne of Green Gables** a été tout simplement phénoménal.

L'année 1985-1986 a marqué le cinquantenaire de Radio-Canada. Dans pratiquement tout ce que j'ai lu, ou entendu de la part de personnalités politiques ou publiques, et même du grand

public, j'ai pu constater que tout le monde tient à Radio-Canada. On veut qu'elle continue à brosser un vaste tableau de notre pays, à réunir les Canadiens, à nous faire connaître les uns les autres.

Les 50 premières années ont été un succès. Et c'est avec confiance que le Conseil, la direction et le personnel de Radio-Canada envisagent les 50 prochaines.



3 1761 11549836 2